

INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY GENERAL DE TURISMO, EN MATERIA DE RESTABLECIMIENTO DEL CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA.

El suscrito, Diputado Roberto Sosa Pichardo, integrante del Grupo Parlamentario del Partido Acción Nacional en la LXVI Legislatura de la Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, con fundamento en lo dispuesto en los artículos 71, fracción II, 72, apartado H, y 78, fracción III, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; y los artículos 6, numeral 1, fracción I; 77, numeral 1, y 78, del Reglamento de la Cámara de Diputados, someto a consideración de esta Soberanía la **"Iniciativa con Proyecto de Decreto por el que se reforman diversas disposiciones de la Ley General de Turismo, en materia de restablecimiento del Consejo de Promoción Turística"**, la cual plantea la problemática y los argumentos establecidos en la siguiente:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Primero. Planteamiento del problema

La presente Iniciativa establece que desde la reforma de 2019 a la Ley General de Turismo la función de la promoción turística ha decaído considerablemente, lo cual se ha traducido en una disminución notoria de la atracción de turismo al país. Por ello, se propone el restablecimiento del Consejo de Promoción Turística como una mecanismo que garantice la recuperación y potenciación del turismo hacia México.

Segundo. Contexto

El Consejo de Promoción Turística de México (en adelante "Consejo") fue una instancia de coordinación entre sector público y sector privado dedicada a la promoción turística de México a nivel nacional e internacional, que se creó mediante la reforma publicada en el Diario Oficial de la Federación el 19 de mayo

de 1999¹. Una de sus fortalezas residía en su capacidad de conjugar el dinamismo y la flexibilidad de las sociedades sin fines de lucro, con la participación de la iniciativa privada para conducir la labor gubernamental de la promoción turística.

La visión de la integración del Consejo tenía como objetivo involucrar en la política de turismo a los diversos actores económicos que participan en estas actividades y, con una visión federalista, también a los estados y a los municipios. Por ello, el diseño institucional original contemplaba la aportación económica de estos actores para el financiamiento del Consejo, al mismo tiempo que les otorgaba participación en la toma de decisiones².

La política de promoción turística implementada a través del Consejo tuvo un éxito significativo. De acuerdo con los datos de la "Balanza de pagos" en relación con "Viajeros Internacionales (saldo e ingresos)" del Banco de México, el número de ingresos de viajeros internacionales a México se mantuvo constante durante los primeros años de trabajo del Consejo. Hacia 2013 se registró un incremento significativo y constante del número de ingresos, hasta llegar al registro más alto reportado en 2019, cuando ingresaron a México poco más de 45 millones de viajeros internacionales³.

En 2019, el Grupo Parlamentario de Morena presentó diversas iniciativas en la Cámara de Diputados con el objetivo de ordenar la desincorporación del Consejo de Promoción Turística mediante un proceso de disolución y liquidación⁴. De acuerdo con el análisis de las exposiciones de motivos de las iniciativas y las

¹ Ernesto Zedillo Ponce de León, "Decreto por el que se reforma y adiciona diversas disposiciones de la Ley Federal de Turismo.", *Diario Oficial de la Federación*, Tomo DXLVIII, No. 12, 1ª Sección, (19 de mayo de 1999).

² H. Cámara de Diputados, "Dictamen de la Comisión de Turismo, por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley Federal de Turismo, en materia de promoción turística.", *Gaceta Parlamentaria*, año II, número 245, (16 de abril de 1999).

³ Banco de México, "(CA198) Viajeros internacionales (saldo e ingresos)". *Balanza de Pagos*, Sistema de Información Económica. Fecha de consulta: 25 de abril de 2025.

⁴ 1. Grupo Parlamentario de Morena, "Iniciativa que reforma y deroga diversas disposiciones de las Leyes General de Turismo, y Federal de Derechos, suscrita por integrantes del Grupo Parlamentario de Morena.", *Gaceta Parlamentaria*, (6 de febrero de 2019).

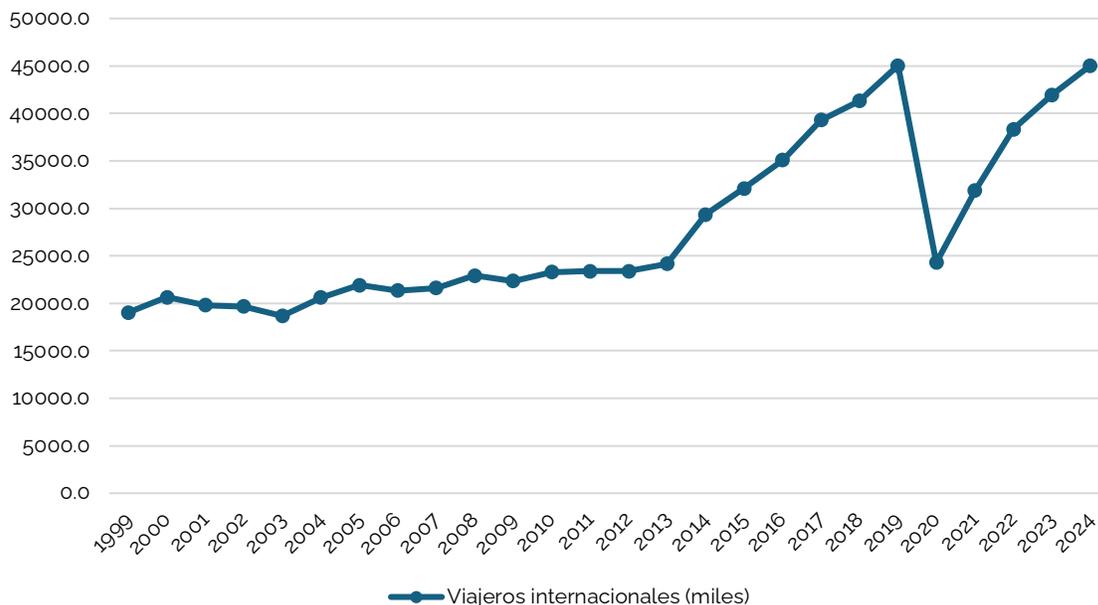
2. Grupo Parlamentario de Morena, "Iniciativa que reforma y deroga diversas disposiciones de la Ley General de Turismo, suscrita por integrantes del Grupo Parlamentario de Morena.", *Gaceta Parlamentaria*, (4 de abril de 2019).

consideraciones de los dictámenes respectivos, la justificación de dicha decisión fue muy vaga y estaba fundamentada en criterios altamente subjetivos.

Entre los pocos argumentos esgrimidos para la toma de dicha decisión, el más notable fue la intención de *“unificar las tareas de promoción turística (bajo la Secretaría de Turismo) y hacer más eficiente el uso de los recursos del Estado”*. Sin embargo, no se mencionó nada con respecto al destino de los recursos que se obtendrían con la liquidación del Consejo, ni del uso de su patrimonio, que en aquel momento incluía diversos bienes inmuebles.

La siguiente gráfica muestra el número de ingresos de viajeros internacionales a México desde 1999 hasta 2024:

Gráfica 1. Ingresos anuales de viajeros internacionales a México (1999-2024)



Fuente: Elaboración propia, con información del Banco de México.

Como se puede observar, hacia 2020 se presentó una caída drástica en el número de ingresos de viajeros internacionales, relacionada con la pandemia mundial por COVID-19 y también con la desaparición del Consejo. Esto explica por qué el número de viajeros internacionales no se recuperó inmediatamente

luego de la pandemia, sino hasta 2024, año en el que se registró una cantidad similar a la más alta registrada durante la existencia del Consejo, que fue en 2019.

Por ello, y por diversas circunstancias que se expondrán más adelante, es innegable que la desaparición del Consejo obedeció a criterios estrictamente políticos y subjetivos, lo cual provocó un daño considerable al turismo mexicano al privarlo de la principal institución que tenía las capacidades y la experiencia para su promoción en el exterior. En ese orden de ideas, el restablecimiento del Consejo de Promoción Turística de México es una acción clave para fortalecer al turismo en nuestro país.

Tercero. Argumentos de la Iniciativa

La presente iniciativa propone el restablecimiento del Consejo de Promoción Turística de México como una instancia de coordinación dependiente de la Secretaría de Turismo, encargada exclusivamente de la promoción turística de nuestro país en el exterior. Su viabilidad se encuentra fundamentada en tres argumentos:

- 1.** La participación formal de actores económicos, además de los gubernamentales, enriquece la experiencia y la perspectiva de la toma de decisiones relacionadas con el sector. Esto explica por qué durante los años de vigencia del Consejo no se registraron errores graves en la política de promoción turística, como los que sí se registraron luego de su liquidación.
- 2.** Los recursos que formaban parte del patrimonio del Consejo no fueron canalizados eficientemente hacia la política turística, sino hacia otras funciones gubernamentales. El restablecimiento del Consejo permitiría que esos recursos puedan aprovecharse nuevamente para la promoción turística en el exterior.
- 3.** La presente iniciativa propone resolver un problema intocado en el diseño institucional previo del Consejo: la inconstitucionalidad en la integración de su Junta de Gobierno. Con una nueva integración equitativa se garantizará que exista un verdadero criterio federalista en la toma de decisiones relativas a la promoción turística.

Primer argumento

Cuando se anunció la decisión de desaparecer el Consejo de Promoción Turística de México, la Secretaría de Turismo afirmó que la medida formaba parte del proyecto de austeridad del gobierno federal entrante⁵. A pesar de que dicha justificación no está sustentada en ningún otro documento del proceso legislativo, los resultados de la liquidación sí fueron compatibles con esta justificación, pues los recursos destinados al Consejo pasaron a formar parte de diversas dependencias y no hubo incremento presupuestal compensatorio para la Secretaría de Turismo.

La factura de esta mala decisión comenzó con la caída de los ingresos de viajeros internacionales. Para el año de 2021, en plena recuperación económica mundial luego de la pandemia por COVID-19, México obtuvo niveles similares a los de 2015 en sus ingresos de viajeros internacionales, con lo cual se quedó a más de 15 millones de viajeros de igualar el registro de ingresos de 2019. Esta tendencia permaneció constante durante todo el sexenio anterior, pues en julio de 2024 se registraron niveles similares a los del mismo mes en 2021, lo cual demuestra la inestabilidad en los ingresos de viajeros internacionales⁶.

Además de la disminución considerable de los ingresos de viajeros internacionales, se comenzó a presentar un nuevo problema: en algunos meses se comenzó a registrar un mayor número de viajeros con relación a sus similares de años anteriores; sin embargo, el gasto promedio por visitante disminuyó considerablemente. Por ejemplo, en enero de este año se registraron 8.03 millones de visitantes internacionales, lo cual representó un incremento de 18.6% con relación al año anterior. No obstante, el gasto medio disminuyó 10.2%, lo cual

⁵ María Fernanda Navarro, "Sectur desaparece el Consejo de Promoción Turística". *Forbes*, Sec. Política, 6 de diciembre de 2018. <https://forbes.com.mx/sectur-desaparece-el-consejo-de-promocion-turistica/> (Fecha de consulta: 25 de abril de 2025).

⁶ Aldo Munguía, "Turismo extranjero se 'enfria' en México; visitan al país menos que en pandemia". *El Financiero*, Sec. Empresas, 11 de septiembre de 2024. <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/2024/09/11/turismo-extranjero-se-enfria-en-mexico-visitan-al-pais-menos-que-en-pandemia/> (Fecha de consulta: 25 de abril de 2025).

refleja que se trata de viajeros con menor poder adquisitivo o que redujeron el gasto individual durante su estancia⁷.

Estos magros resultados en materia de turismo encuentran explicación en diversas causas, entre las que resalta la pérdida de capacidades institucionales para llevar a cabo la promoción turística de México en el exterior. Por ejemplo, el sitio web "Visit Mexico" que fue una herramienta importante de difusión y captación de potenciales viajeros extranjeros, disminuyó considerablemente su nivel de visitas debido a que se abandonó su promoción⁸.

El nivel de abandono de este sitio web llegó a un punto extremo cuando se renovó su versión en idioma inglés hacia agosto de 2020, momento en el cual la traducción del contenido de la página web se realizó con tan mala calidad que el asunto fue motivo de burlas en internet⁹. De esa manera, se demostró la gravedad del abandono de la labor de promoción turística, que había pasado de contar con instrumentos de primera calidad a ser motivo de burla internacional, lo cual evidentemente también afectó la reputación turística del país.

En su conjunto, las malas decisiones y las pifias que siguieron a la decisión de liquidar el Consejo de Promoción Turística, se han traducido en graves pérdidas económicas para el país. Al principio del presente sexenio se publicó el Indicador Trimestral del Producto Interno Bruto Turístico (ITPIBT) al tercer trimestre del año pasado, el cual reveló una caída del 0.4%, con relación al periodo previo. De acuerdo con el INEGI, el PIB turístico de bienes redujo el 1.7 % y el de servicios el

⁷ Francisco Montaña, "Turismo en México crece 18.6% en enero de 2025, pero el gasto medio por visitante cae 10.2%", *Debate*, Sec. Economía, 11 de marzo de 2025. <https://www.debate.com.mx/economia/Turismo-en-Mexico-crece-18.6-en-enero-de-2025-pero-el-gasto-medio-por-visitante-cae-10.2-20250311-0096.html> (Fecha de consulta: 25 de abril de 2025).

⁸ Carlos Puelma, "La web Visitmexico ya no recibe visitas debido a que no invierten en promoción.", *Debate*, Sec. Viajes, 13 de septiembre de 2024. <https://www.debate.com.mx/viajes/La-web-Visitmexico-ya-no-recibe-visitas-debido-a-que-no-invierten-en-promocion-20240913-0177.html> (Fecha de consulta: 25 de abril de 2025).

⁹ Associated Press, "La web oficial de Turismo en México, avergonzada por un escándalo de traducciones", *Los Angeles Times*, Sec. México, 10 de agosto de 2020. <https://www.latimes.com/espanol/mexico/articulo/2020-08-11/la-web-oficial-de-turismo-en-mexico-avergonzada-por-un-escandalo-de-traduccion> (Fecha de consulta: 25 de abril de 2025).

0.1 %, en el tercer trimestre del 2024 con respecto al inmediato anterior¹⁰, lo cual demuestra que el sector turístico atraviesa por un mal momento a pesar de que han pasado varios años de la pandemia por COVID-19.

En síntesis, desde la desaparición del Consejo de Promoción Turística se han tomado decisiones erráticas, aisladas y descoordinadas en la materia, lo cual se ha traducido en una disminución de oportunidades para el sector y en pérdidas económicas para el país. Por ello, es atendible recuperar una estrategia que ya demostró su eficacia en el pasado para resolver el problema asociado con la baja capacidad de promoción turística de México en el exterior.

Segundo argumento

Entre las justificaciones que precedieron a la toma de decisión de la liquidación del Consejo de Promoción Turística, destacan la intención de centralizar la política del sector en la Secretaría de Turismo y la política de austeridad del gobierno federal entrante. Sin embargo, los recursos del Consejo se utilizaron en primera instancia para liquidar a la propia empresa, asunto que incluso requirió inversión adicional con cargo a los recursos del Presupuesto de Egresos de la Federación de 2019¹¹.

Los recursos restantes que formaban parte del patrimonio del extinto Consejo, de acuerdo con la versión de diversos empresarios, fueron utilizadas para el financiamiento del Tren Maya. Esta decisión financiera, que por supuesto no habría procedido en caso de estar vigente el Consejo, fue una torpeza que terminó colocando a México en una desventaja comparativa frente a otros países que captaron un mayor número de viajeros internacionales, como es el caso de República Dominicana¹².

¹⁰ Alejandro de la Rosa, "PIB turístico hila dos trimestres a la baja". *El Economista*, Sec. Empresas, 6 de febrero de 2025. <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/sector-turistico-tomo-respiro-cierre-2024-impulsado-turistas-internacionales-20250206-745242.html> (Fecha de consulta: 25 de abril de 2025).

¹¹ Alejandro de la Rosa, "Costó 149 millones de pesos liquidación del CPTM: Sectur". *El Economista*, Sec. Empresas, 16 de septiembre de 2024. <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Costo-148-millones-de-pesos-liquidacion-del-CPTM-Sectur-20240916-0107.html> (Fecha de consulta: 25 de abril de 2025).

¹² *Ibíd.*

Por otra parte, los bienes inmuebles que formaban parte del patrimonio del Consejo no se utilizaron para continuar con la importante función de la promoción turística de México en el exterior. Un ejemplo es el destino del edificio que albergaba las oficinas del Consejo de Promoción Turística, el cual hasta 2019 aún se anunciaba como edificio sede de la empresa. Sin embargo, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público comenzó a administrarlo y lo cedió al Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPREM) para albergar sus oficinas¹³.

Lo anterior se puede corroborar fácilmente, pues actualmente el sitio oficial del SPREM establece el antiguo domicilio del Consejo de Promoción Turística como su domicilio de contacto¹⁴. Con ello se confirma que los bienes que antes estaban destinados a tareas de promoción turística, ahora se utilizan para dar lugar a actividades gubernamentales que atacan periodistas, promueven agendas políticas particulares y son fuente de ataques para la oposición¹⁵, el cual es un uso totalmente contrario al fin con el que fueron adquiridos.

En resumen, la liquidación del Consejo no trajo consigo el uso de recursos que inicialmente había justificado su disolución; por el contrario, han sido utilizados con fines muy diversos a la promoción turística o a cualquier uso relacionado directamente con el fortalecimiento del turismo. En ese sentido, el restablecimiento del Consejo de Promoción Turística podría reencauzar adecuadamente esos recursos hacia una tarea que, como se ha expuesto, ha sido completamente abandonada durante los últimos años.

Tercer argumento

Finalmente, la presente Iniciativa no pretende realizar una reinstauración intocada del modelo institucional que fue derogado con la reforma de 2019, pues

¹³ Itxaro Arteta, "Exoficinas para promover el turismo en México ahora son de Hacienda y Radiodifusión". *Animal Político*, Sec. Portada, 18 de agosto de 2019. <https://animalpolitico.com/2019/08/exoficinas-turismo-mexico-ahora-hacienda-radiodifusion> (Fecha de consulta: 25 de abril de 2025).

¹⁴ Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano, <https://www.spr.gob.mx>

¹⁵ Luz Rangel, "Fin de sexenio: Emisiones de TV pública privilegiaron la propaganda a favor de Morena y AMLO". *Animal Político*, Sec. Sabueso, 29 de septiembre de 2024. <https://animalpolitico.com/verificacion-de-hechos/te-explico/television-publica-propaganda-morena> (Fecha de consulta: 25 de abril de 2025).

se reconoce que el texto vigente en aquel momento contenía un vicio de constitucionalidad. Por ello, en esta oportunidad se propone una alternativa al diseño institucional vigente al momento de la disolución del Consejo, que permita superar la inconstitucionalidad declarada en el año 2013.

Para tal efecto, cabe señalar que el 12 de agosto de 2009 el entonces Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Marcelo Ebrard Casaubón, promovió controversia constitucional en contra del *“Decreto por el que se expide la Ley General de Turismo y se reforma la fracción VI y se deroga la fracción VII del artículo 42 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, publicado en el Diario Oficial de la Federación, el diecisiete de junio de dos mil nueve.”*. El expediente fue radicado ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación como Controversia Constitucional 71/2009¹⁶.

En su escrito, el Jefe de Gobierno argumentó que la expedición de la Ley invadía la esfera de competencias del entonces Distrito Federal en materia de turismo, vulnerando su autonomía legislativa y ejecutiva. Sus argumentos eran, en síntesis, los siguientes:

1. La violación a la libre configuración legislativa del Distrito Federal en materia de turismo, pues la ley federal supeditaba la normatividad local a los lineamientos de una ley general sin que existiera base constitucional,
2. La inconstitucionalidad del carácter “general” de la Ley, ya que según el promovente, el artículo 73, fracción XXIX-K, constitucional no otorgaba al Congreso facultades para emitir una ley general en materia turística, sino sólo para establecer bases generales de coordinación,
3. La imprecisión y falta de objeto en la Ley General de Turismo,

¹⁶ Suprema Corte de Justicia de la Nación, Tribunal Pleno. *Controversia Constitucional 71/2009*, Ponente: Ministro José Fernando Franco González Salas, fallada el 24 de enero de 2013.

En relación con el punto resolutivo Tercero:

Por mayoría de ocho de los señores Ministros Gutiérrez Ortiz Mena, Cossío Díaz, Franco González Salas, Zaldívar Lelo de Larrea, en contra de las consideraciones; Pardo Rebolledo, Aguilar Morales, Sánchez Cordero de García Villegas y Presidente Silva Meza, se aprobó la propuesta consistente en declarar la invalidez del **artículo 39** de la Ley General de Turismo. Los señores Ministros Luna Ramos, Valls Hernández y Pérez Dayán votaron en contra.



4. La subordinación del Gobierno del Distrito Federal al Ejecutivo Federal, al otorgarle facultades de interpretación administrativa, coordinación y verificación a la Secretaría de Turismo federal, desplazando atribuciones propias del Jefe de Gobierno,
5. La invasión de competencias en materias como uso de suelo, desarrollo urbano y promoción turística, que constitucionalmente correspondían a los gobiernos locales, y
6. La delegación inconstitucional de facultades legislativas al Ejecutivo Federal, al permitir que se definieran requisitos legales a través de reglamentos o normas oficiales emitidas por la Secretaría de Turismo.

Al respecto, la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) resolvió la validez de la mayoría de los artículos de la Ley General de Turismo. Sin embargo, a partir del estudio oficioso del resto de los artículos de la Ley, la SCJN determinó que el artículo 39 de la Ley General de Turismo sí debía ser declarado inválido por resultar inconstitucional, ya que establecía que el Consejo de Promoción Turística de México sería responsable de coordinar y ejecutar las campañas de promoción turística nacional e internacional, lo cual implicaba que el entonces Distrito Federal no podría desarrollar libremente sus propias campañas sin depender de dicha institución.

A consideración de la SCJN, esto limitaba la capacidad de acción directa del Gobierno del Distrito Federal en la promoción turística de su territorio y supeditaba su actuación frente a una dependencia federal que no actuaría en función de los intereses locales. A su vez, esto vulneraba el principio constitucional de igualdad, pues sólo 8 de los 29 miembros del Consejo eran representantes de entidades federativas (rotativos cada 3 años), lo que implicaba que una entidad como el Distrito Federal podría pasar hasta 12 años sin participar en la toma de decisiones del Consejo.

En consecuencia, la SCJN resolvió declarar (entre otros artículos) la invalidez por inconstitucionalidad del artículo 39 de la Ley que establecía la composición de la Junta de Gobierno del Consejo de Promoción Turística. Sin embargo, de acuerdo con el artículo 105 Constitucional vigente en aquella época, los efectos



de dicha decisión se limitaron al entonces Distrito Federal. Ello no significa que el criterio de invalidez no sea válido para el resto de las entidades federativas, sino que no existía fundamento jurídico para hacerlo extensivo y, en consecuencia, realizar una declaratoria general de inconstitucionalidad.

Consciente de esta circunstancia, propongo con esta Iniciativa que el problema jurídico planteado por la SCJN sea resuelto de manera idéntica para los integrantes del Consejo de Promoción Turística que provengan como representantes de las entidades federativas y de los municipios turísticos; mediante una insaculación rotativa que permita garantizar en la medida más amplia posible la participación de los distintos órdenes de gobierno. Adicionalmente, con esta integración se fortalecerá el carácter federalista de la toma de decisiones relativa a la promoción turística de México en el exterior.

Cuarto. Cuadro comparativo

Para exponer con claridad la propuesta de modificación normativa, se presenta en el siguiente cuadro comparativo:

LEY GENERAL DE TURISMO	
TEXTO VIGENTE	MODIFICACIÓN PROPUESTA
Artículo 3. Para los efectos de esta Ley, se entenderá por: I. a IV. . . . V. Se deroga. VI. a XXI. . . .	Artículo 3. Para los efectos de esta Ley, se entenderá por: I. a IV. . . . V. Consejo de Promoción: El Consejo de Promoción Turística de México; VI. a XXI. . . .
Artículo 4. Son atribuciones del Poder Ejecutivo Federal, que se ejercerán a través de la Secretaría:	Artículo 4. Son atribuciones del Poder Ejecutivo Federal, que se ejercerán a través de la Secretaría:



<p>I. . . .</p> <p>II. Promover y coordinar la actividad turística de México a nivel nacional e internacional;</p> <p>III. a XV. . . .</p>	<p>I. . . .</p> <p>II. Promover, a través del Consejo de Promoción, la actividad turística de México a nivel nacional e internacional;</p> <p>III. a XV. . . .</p>
<p>Artículo 38. Se deroga.</p>	<p>Artículo 38. En el ejercicio de sus atribuciones en materia de promoción turística, nacional e internacional, la Secretaría determinará las políticas que aplicará a través de la empresa de participación estatal mayoritaria denominada Consejo de Promoción Turística de México.</p>
<p>Artículo 39. Se deroga.</p>	<p>Artículo 39. El Consejo de Promoción se integrará por representantes de los sectores público y privado, y tendrá por objeto diseñar y realizar las estrategias de promoción turística a nivel nacional e internacional, en coordinación con la Secretaría.</p> <p>El Consejo de Promoción tendrá una Junta de Gobierno que se integrará por veintinueve integrantes, quienes se designarán de la siguiente forma:</p> <p>I. Una persona integrante designada por la persona titular de la Secretaría,</p>



	<p>II. Una persona integrante designada por la persona titular de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público,</p> <p>III. Una persona integrante designada por la persona titular del Fondo,</p> <p>IV. Ocho personas integrantes, que corresponderán rotatoriamente a las entidades federativas, y serán asignadas por insaculación cada dieciocho meses hasta que todas las entidades hayan sido representadas en el Consejo de Promoción,</p> <p>V. Cuatro personas integrantes, que corresponderán rotatoriamente a los municipios turísticos, los cuales serán insaculados cada dos años,</p> <p>VI. Catorce personas integrantes que provendrán de las organizaciones de prestación de servicios turísticos y se renovarán cada dos años.</p>
<p>Artículo 40. Se deroga.</p>	<p>Artículo 40. El Consejo de Promoción, previo acuerdo con la Secretaría, podrá tener representantes en el extranjero para el cumplimiento de su objeto.</p>



<p>Artículo 41. Se deroga.</p>	<p>Artículo 41. El Consejo de Promoción tendrá el patrimonio, atribuciones, estructura orgánica, órganos de dirección e integrantes de los mismos que se establezcan en su Estatuto Orgánico y se regirá por esta Ley, así como por la Ley Federal de Entidades Paraestatales.</p> <p>El Consejo estará sectorizado en el ámbito de la Secretaría. El titular del Consejo de Promoción será nombrado por la persona titular de la Presidencia de la República de entre las personas integrantes de su Junta de Gobierno.</p>
---------------------------------------	---

Quinto. Denominación del Proyecto de Decreto

La presente Iniciativa propone la siguiente denominación al Proyecto de Decreto:

“Proyecto de Decreto por el que se reforman diversas disposiciones de la Ley General de Turismo, en materia de restablecimiento del Consejo de Promoción Turística”

Sexto. Ordenamientos por modificarse

A partir de lo aquí expuesto, el ordenamiento a modificar que considera esta propuesta es la **Ley General de Turismo**.

Séptimo. Texto Normativo Propuesto

Por lo anteriormente expuesto y fundado, someto a la consideración de esta Soberanía el siguiente:

PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY GENERAL DE TURISMO, EN MATERIA DE RESTABLECIMIENTO DEL CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA.

Artículo Único. Se reforman los artículos 3, fracción V; 4, fracción II; 38; 39; 40 y 41 de la Ley General de Turismo, para quedar como sigue:

Artículo 3. . . .

I. a IV. . . .

V. Consejo de Promoción: El Consejo de Promoción Turística de México;

VI. a XXI. . . .

Artículo 4. . . .

I. . . .

II. Promover, a través del Consejo de Promoción, la actividad turística de México a nivel nacional e internacional;

III. a XV. . . .

Artículo 38. En el ejercicio de sus atribuciones en materia de promoción turística, nacional e internacional, la Secretaría determinará las políticas que aplicará a través de la empresa de participación estatal mayoritaria denominada Consejo de Promoción Turística de México.

Artículo 39. El Consejo de Promoción se integrará por representantes de los sectores público y privado, y tendrá por objeto diseñar y realizar las estrategias de promoción turística a nivel nacional e internacional, en coordinación con la Secretaría.

El Consejo de Promoción tendrá una Junta de Gobierno que se integrará por veintinueve integrantes, quienes se designarán de la siguiente forma:

- I. Una persona integrante designada por la persona titular de la Secretaría,**
- II. Una persona integrante designada por la persona titular de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público,**
- III. Una persona integrante designada por la persona titular del Fondo,**
- IV. Ocho personas integrantes, que corresponderán rotatoriamente a las entidades federativas, y serán asignadas por insaculación cada dieciocho meses hasta que todas las entidades hayan sido representadas en el Consejo de Promoción,**
- V. Cuatro personas integrantes, que corresponderán rotatoriamente a los municipios turísticos, los cuales serán insaculados cada dos años,**
- VI. Catorce personas integrantes que provendrán de las organizaciones de prestación de servicios turísticos y se renovarán cada dos años.**

Artículo 40. El Consejo de Promoción, previo acuerdo con la Secretaría, podrá tener representantes en el extranjero para el cumplimiento de su objeto.

Artículo 41. El Consejo de Promoción tendrá el patrimonio, atribuciones, estructura orgánica, órganos de dirección e integrantes de los mismos que se establezcan en su Estatuto Orgánico y se registrá por esta Ley, así como por la Ley Federal de Entidades Paraestatales.

El Consejo estará sectorizado en el ámbito de la Secretaría. El titular del Consejo de Promoción será nombrado por la persona titular de la Presidencia de la República de entre las personas integrantes de su Junta de Gobierno.

Octavo. Artículos transitorios

Transitorios

Primero. El presente Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Segundo. Las secretarías de Hacienda y Crédito Público y de Turismo realizarán, en el ámbito de sus respectivas competencias, las gestiones para constituir el Consejo de Promoción Turística de México, dentro de los 120 días siguientes a la entrada en vigor del presente Decreto.

Tercero. La Secretaría de Turismo se encargará de la designación de la primera Junta de Gobierno, en los términos previstos en el segundo párrafo del artículo 39 de la Ley, tan pronto como se constituya el Consejo de Promoción Turística de México. En lo sucesivo, recaerá en la Secretaría la verificación de las insaculaciones previstas en las fracciones IV y V del artículo 39 de esta Ley.

Cuarto. Dentro de los 90 días contados a partir de la constitución del Consejo de Promoción Turística de México, la Junta de Gobierno aprobará su estatuto orgánico.

Quinto. Una vez constituido, el Consejo de Promoción Turística de México se hará cargo de la administración de los recursos destinados al desempeño de sus objetivos.

Sexto. Se derogan todas las disposiciones que se opongan a lo establecido en el presente Decreto.

Dado en el Palacio Legislativo de San Lázaro, a los 20 días del mes de agosto
de 2025.



Dip. Roberto Sosa Pichardo