

VERSIÓN ESTENOGRÁFICA DE LA COMISIÓN DE TURISMO, CELEBRADA EL DÍA 30 DE NOVIEMBRE DEL AÑO 2021.

Presidente: Muy buenas tardes Diputadas y Diputados, agradezco la atención que han tenido al estar presentes en esta reunión y me permito dar la bienvenida al **Maestro Fernando Olivera Rocha, Secretario de Turismo en el Estado de Tamaulipas**, quien cortésmente ha tenido a bien atender a la invitación que le hemos hecho llegar, con la finalidad de tener un espacio de diálogo en esta reunión, así como también a **los servidores públicos de dicha dependencia, C. José Luis Martínez Portilla, Subsecretario de Gestión de Turismo de Salud y Asuntos Binacionales**, al **Lic. Edgar Eduardo Solís Islas, Subsecretario de Desarrollo y Promoción Turística**, al **Ing. Emilio Mariano Lamadrid de Aguinaco, Director de Planeación** y a la **Lic. Adriana Collazo Valadez, Secretaria Técnica**, quienes también nos acompañan, sean ustedes bienvenidos.

Tomando en cuenta que el día de hoy el Diputado Jesús Suárez Mata, ha justificado su inasistencia a esta reunión, me permito solicitar al Diputado Javier Villarreal Terán, que funja en calidad de Secretario.

Es así que solicito a esta Secretaría, tenga a bien pasar lista de asistencia a los miembros de esta Comisión.

Secretario: Sí Presidente, por instrucciones de la Presidencia se va pasar lista de asistencia.

COMISIÓN DE TURISMO.

Diputado Gustavo Adolfo Cárdenas Gutiérrez, presente.

Diputado Jesús Suárez Mata, justifica.

Diputada Leticia Vargas Álvarez, justifica.

Diputada Úrsula Patricia Salazar Mojica, justifica.

Diputado Javier Villarreal Terán, presente.

Diputado Edgardo Melhem Salinas, presente.

Diputada Liliana Álvarez Lara, presente.

Secretario: Hay una asistencia de 4 integrantes de esta Comisión, por lo tanto existe el quórum requerido para celebrar la presente reunión.

Presidente: Compañeras y compañeros Legisladores, habida cuenta de que existe el quórum requerido para dar inicio a esta reunión, se declara abierta la misma, siendo las **dieciocho horas con siete minutos** de este día **30 de noviembre del 2021**.

Presidente: Solicito a la Secretaría, tenga a bien dar lectura y poner a consideración el proyecto del orden del día.

Secretario: Con mucho gusto, el orden del día es el siguiente: **I.** Lista de Asistencia. **II.** Declaración de quórum y apertura de la reunión de trabajo. **III.** Aprobación del orden del día. **IV.** Aprobación del Programa de Trabajo de la Comisión y espacio de diálogo con el Maestro Fernando Olivera Rocha, Secretario de Turismo en el Estado de Tamaulipas. **V.** Asuntos Generales. **VI.** Clausura de la reunión de trabajo. Es cuanto.

Presidente: Una vez conocido el proyecto del orden del día, solicito a quienes integran esta comisión, que emitan su voto con relación al mismo, manifestándolo levantando su mano.

Presidente: Ha sido **aprobado** el orden del día hecho de su conocimiento, por **unanimidad** de los presentes.

Presidente: Compañeras y compañeros Diputados, como es de nuestro conocimiento las comisiones son órganos constituidos por el Pleno para instruir y substanciar las iniciativas y propuestas que se presenten al mismo, mediante la elaboración de dictámenes, informes, opiniones o proyectos de resolución, con objeto de contribuir a que el Congreso cumpla con sus atribuciones constitucionales y legales. Cabe señalar que en términos del artículo 35, párrafo segundo, inciso o), de la Ley sobre la Organización y Funcionamiento Interno del Congreso del Estado Libre y Soberano, la **Comisión Ordinaria de Turismo**, forma parte de aquellas que están a cargo de las tareas de dictamen legislativo, de información y control de la gestión pública, cuya competencia corresponde en lo general a la dependencia de la administración pública del Estado en la esfera con la que se relaciona de acuerdo a su naturaleza. Asimismo, conforme a lo establecido en el artículo 43, párrafo 1, inciso a), de la ley interna de este Congreso del Estado, es tarea de las comisiones la de elaborar un Programa de Trabajo. Cabe recordar que durante la reunión de instalación de esta Comisión, a través de los Servicios Parlamentarios, hice entrega de un Proyecto de dicho Programa, con el fin de que ustedes tuvieran conocimiento del mismo y así pudieran analizarlo o enriquecerlo, para en su caso proceder a su aprobación en esta reunión.

En este sentido, solicito a la Secretaría de esta Comisión, dar lectura para mayor apreciación a las líneas generales de acción del Programa de Trabajo de esta Comisión.

Secretario: Emitir opiniones sobre propuestas específicas en programas y proyectos del ramo turístico. Estudiar, analizar, dictaminar y aprobar, con base a la normatividad aplicable y constitucional las adiciones y modificaciones propuestas al marco jurídico.

Impulsar consensos necesarios para resolver los asuntos que en el ámbito de su competencia sean turnados a esta Comisión. Establecer esquemas de trabajo para las Comisiones unidas sobre los asuntos que sean turnados para estudio y dictamen. Sostener reuniones con expertos en materia de turismo para enriquecer los trabajos de esta Comisión y fortalecer así el conocimiento que abonen en la emisión de dictámenes nutridos. Mantener armonizado el marco jurídico estatal con la normatividad emitida por el Congreso de la Unión, cuando así lo requiera. Promover el turismo sustentable con la finalidad de preservar los destinos en el Estado. Contribuir, desde el ámbito legislativo, al diseño de propuestas innovadoras que permitan elevar la calidad del ámbito turístico en el Estado y coadyuvar con la Federación para estos mismos efectos. Promover la participación y coordinación de la Comisión con diversos grupos de académicos, sociedad civil, colectivos, universitarios y de sectores públicos de los diferentes ámbitos y actividades. Además mantener un diálogo permanente con los actores y autoridades que participen de distintas formas en el ámbito turístico, a efecto de conocer las propuestas, inquietudes y demandas propias del sector. Realizar el estudio, conclusiones del informe del Secretario de Turismo y en su caso desahogar las comparecencias del mismo. Desahogar los diversos asuntos que sean competencia de este órgano legislativo en términos de nuestra Ley sobre la Organización y Funcionamiento Internos del Congreso del Estado Libre y Soberano de Tamaulipas.

Presidente: Muchas gracias; tomando en cuenta lo anterior y toda vez que como integrantes de esta Comisión hemos conocido el programa de trabajo de manera previa a esta reunión, procederemos en este mismo acto a la votación para su aprobación.

Por lo tanto, solicito a quienes integran esta Comisión que emitan su voto con relación al mismo, manifestándolo levantando la mano.

Presidente: Ha sido **aprobado** el Programa de Trabajo y obviamente por **unanimidad**.

Presidente: A continuación pasaremos al segundo asunto que nos ocupa en el presente punto del Orden del Día, a fin de dialogar con el **Secretario de Turismo en el Estado de Tamaulipas**, el cual amablemente ha tenido a bien hacer un espacio.

Señor Secretario Fernando, pues me da muchísimo gusto recibirlo con cariño, con aprecio, sabemos que el trabajo del turismo pues es apasionante. Usted tiene con sus más de 30 años de estar en el tema de turismo, sabemos que conoce perfectamente bien cuáles son los nichos que pudieran tener oportunidad y obviamente nosotros como Comisión queremos invitarlo a que tenga un diálogo franco, abierto, con esa confianza que le da la Comisión, porque queremos saber qué es lo que está haciendo como secretario y sobre todos los éxitos, cuáles han sido los aciertos y pues a lo mejor ahorita con esto de la pandemia nos ha de ver tocado vivir momentos muy complicados. Pero

el estado es un estado bastante rico, inmensamente rico que tiene muchísimas oportunidades de crecer en materia turística. Y obviamente queremos escucharlo con mucha atención Don Fernando, sea usted bienvenido Maestro.

Maestro Fernando Olivera Rocha. Muchísimas gracias, muy buenas tardes tengan todas y todos ustedes. Agradezco la invitación que le hacen a la Secretaría de Turismo del Estado de Tamaulipas en esta Comisión de Turismo de la 65 Legislatura del Estado de Tamaulipas. Gracias Presidente de la Comisión, Diputado Gustavo Adolfo Cárdenas Gutiérrez; muchísimas gracias Diputada Liliana Álvarez Lara por recibirnos. También saludo al Diputado Javier Villarreal Terán y por supuesto al Diputado Edgardo Melhem Salinas, gracias de verdad a esta comisión por permitirle a la Secretaría compartir con ustedes el trabajo realizado previo a la pandemia, el rumbo que el turismo del estado ha mantenido a pesar de la pandemia, lo que vivimos durante todo este proceso del 2020, una vez que declara el mundo vivir una pandemia y un confinamiento que a todas luces, hace que la economía que más pierde en el mundo sea la turística. Por una simple y por un sencillo razonamiento, en el momento en que la recomendación global es quedarse en casa, implica cero movilidad, el turismo en automático tiende a desaparecer, sino podemos movernos de punto a, a punto b, es imposible llevar a cabo la actividad turística que implica, como bien lo dice la Organización Mundial de Turismo, trasladarse a un lugar distinto al de la zona de vivienda primaria y de ahí desarrollar diferentes tipos de actividades que generen gastos y pernocta o simplemente la visita de horas. De tal suerte que una vez superado todos estos procesos de la pandemia gradualmente, vamos a compartir también con ustedes qué está pasando en Tamaulipas ya en este momento con una apertura, si bien no completa, ya en otro momento que estamos viviendo de la pandemia. Me voy a permitir, si me lo permite Presidente y la comisión iniciar una presentación junto con ustedes, para poder analizar desde donde estamos hoy desarrollando la actividad turística. Primero, recordar que esta es una Secretaría muy joven, es una secretaría que la administración del Gobernador Cabeza de Vaca plantea en su programa de trabajo previo al inicio de esta administración, y que ya en el 2017 en enero se hace el acuerdo para la estructura de la Secretaría de Turismo y se expide su reglamento el 16 de agosto del 17. Prácticamente 4 años de esta secretaría, un poco menos, que pues ya le permiten también sectorizar al turismo en lo general a través de esta secretaría en un gabinete legal y que también pues le da esa relevancia en todo sentido. No podemos hablar de políticas públicas sino hablamos de alineación en los diferentes niveles de gobierno. Nuestro programa de trabajo está alineado desde el Plan Nacional de Desarrollo 19-24, con la presentación del programa sectorial 19-24 y su Ley General de Turismo en donde nosotros hoy tenemos también los trabajos desde el estado y su plan estatal 2016-22, en el programa sectorial de nuestra dependencia aquí en el Estado de Tamaulipas. Dentro de los ejercicios y parte del plan de trabajo que ustedes acaban de aprobar, pues tiene mucho que ver también con las estrategias y los objetivos que se

plantean en el estado. En este momento pues seguimos trabajando sobre estos objetivos de una mejor imagen asertiva para el prestigio y el trabajo que se hace de difusión y promoción en el estado, dentro y fuera del propio estado y dentro y fuera del país México. El impulso de empresas de servicios turísticos existentes, cabe mencionar que este ha sido un trabajo muy importante que hemos estado haciendo en materia de desarrollo de nuevos operadores turísticos, nuevas empresas, más empleos y bueno, pues en este trabajo de darle ese valor profesional que se necesita en el turismo del estado. Más competitividad, confianza para viajar en nuestro propio estado. Se veía claramente en el 2016, 17 que este era uno de los temas más importantes, generar esa confianza para viajar y para que la gente viniera a nuestro estado y vamos a platicar como se ha comportado el volumen de viajeros y también la distribución de esos viajeros en diferentes lugares del estado. Cómo lo íbamos a lograr, bueno pues creando este ejercicio de estrategias y de acciones muy puntuales que no voy a leer, porque vamos a hablar prácticamente de todas ellas, a través de la presentación de las acciones ya desarrolladas por esta dependencia. Pero para mí es muy importante poder compartirles a nombre de mis compañeros, en dónde basamos el fundamento del trabajo que hace la secretaría y es a través de los instrumentos de la política pública. Nada, nada que no pueda caber en este cuadro que estamos viendo aquí, de instrumentos de política pública, puede desarrollarse desde la secretaría para generar esos beneficios, ese impacto positivo hacia la gente que vive todos los días de nuestra actividad. La digitalización hoy a posterior a la pandemia, claramente lo sabemos, ya la tecnología vive dentro de todos los sectores económicos, el turismo incluso había sido un poco reacio a nivel global, en la evolución tecnológica de sus procesos. Hoy claramente lo vemos de manera acelerada. La promoción es un sinónimo, claramente del turismo para poder difundir y posicionar cada uno de los atractivos turísticos. Las cadenas productivas nacionales, que así es como lo vemos desde la política pública macroeconómica, que deben de integrarse a los diferentes negocios que bien proveen o bien otorgan servicios dentro de la cadena productiva de valor en el Estado de Tamaulipas. La sostenibilidad que hoy más que nunca entendemos perfectamente la relación de conservación, preservación y puesta en valor, una cultura turística en la que todos hablemos bien y entendamos que el turismo es benéfico, desde el campo hasta cualquier tipo de ciudad y por supuesto en todos los diferentes sectores, donde el turismo es una de las actividades económicas y sociales más transversales que hay en el país. La regulación y aquí seguramente trabajaremos todavía en el tiempo del 2022, en seguir trabajando en unas mejoras regulatorias que creo que valen la pena, para darle todavía, pues mucho más cuerpo y espacio a la actividad turística y que seguro sé que trabajaremos de la mano con esta comisión. Más cosas que hacer, cuando uno llega a un destino, qué hay que hacer, la oferta turística diversificada en donde hoy, prácticamente en este estado se pueda hacer todas y cada una de las actividades en segmentos turísticos que México oferta, todas, todas las actividades que México oferta se pueden hacer en el estado de Tamaulipas, no hay otros estados que puedan decir,

esta aseveración con la que estamos hablando en este momento en los segmentos del turismo. La competitividad, que a los negocios les vaya bien, que atraigamos inversión y por supuesto generemos mejor conectividad aérea y terrestre y finalmente para poder acceder a los servicios turísticos, siempre mejora de infraestructuras de aproximación y por su puesto en destino. Este es el ejercicio sobre el cual hemos basado la estrategia, todas nuestras acciones y que de esta manera es como justificamos ante nuestro plan sectorial el por qué llevamos a cabo cada acción. En 2019, lo tenemos que decir de esta manera, se comporta como el mejor año en la historia del turismo de Tamaulipas que se lleve estadística, en el número de visitantes totales que tuvimos en el estado, más de 9 millones de visitantes totales, crecimos 16% entre el 18 al 19 y una derrama económica en el orden de los 6 mil 200 millones de pesos. Este dato nos lo comparten a través de una metodología que utilizábamos hasta el 19, en la suma de la información que nos compartían tanto municipios, hoteles y las estimaciones también de llegadas a las diferentes ciudades y destinos turísticos. Y lo mismo en la derrama económica con un crecimiento muy importante en el gasto del 17 al 19, aquí vemos el comportamiento hasta el 19 como veníamos creciendo desde 5 millones de visitantes 5.3 hacia el 19, ahí está la caída. Claro que hay una caída importante en donde hay que decir otro tema, enero-marzo íbamos creciendo 12% más visitantes, de enero-marzo del 20, que enero-marzo del 19 que ya había sido el mejor año en la historia, nuestra tendencia era muy buena, íbamos para arriba, pues se nos cayó y ahí está el resultado 4.9 millones de visitantes totales que pudimos documentar junto con ya la presencia por primera vez de un organismo desincorporado de la Secretaría, que es el observatorio turístico y hablaré de él en unos minutos. Pero que ya nos permite tener esa información cruzada, no solamente con municipios, hoteles, sino también con metodologías que la Organización Mundial de Turismo nos comparte, hablaré de ello en un minuto. Esto quiere decir que ya acumulando esto, pues hemos recibido más de 37 y medio millones de visitantes en esta administración. Pero también es importante analizar cómo estamos regresando en el 2021, la estimación de cierre y ya nada más nos quedan 30 días, pero este el dato a octubre, ya con dato específico, tenemos la posibilidad y en un pronóstico del propio observatorio de cerrar en 8.4, casi 8.5 millones de visitantes. Fíjense el dato a pesar de la pandemia, estamos hoy ante un escenario de que el 2021 se convierta en el segundo mejor año del turismo en la historia, Por qué, porque el 2018 fueron 7.7 millones, prácticamente ya con noviembre rebasamos los 7.7 millones, esto es a pesar de la pandemia, la fortaleza del turismo en Tamaulipas, los empresarios que han regresado con mucha fuerza para recuperar sus clientes, para generar el turismo de fin de semana, para aprovechar los periodos vacacionales, nos van a colocar en el orden de 8.4 millones de visitantes hacia el cierre del 2021, ya con el pronóstico, incisito de noviembre y diciembre y nos vamos a posicionar ya en este año en el segundo mejor año de la historia 2022, manteniendo esta tendencia y sin ningún sobresalto distinto en materia de salud, tendería a ser entonces pues una vez más, probablemente el mejor año, ya rebasando al propio 2019; esto es importante ya llevárnoslo como el

dato duro digamos, del comportamiento de la actividad, durante esta etapa ya de la pandemia en 2021. El empleo es interesante analizarlo el INEGI, la encuesta del ENOE nos decía en el tercer trimestre del 2019 que teníamos 130,000 empleos directos, esto es considerando el dato que conforma el mismo INEGI para la actividad turística, un empleo directo por 2 empleos indirectos que se generan gracias al turismo en este país, pues estamos hablando de aproximadamente 390,000 familias beneficiadas por el turismo en este estado. El 8.02 de la población económica activa estatal tiene que ver directamente con el turismo. En el empleo del 2021 ya vemos una importante recuperación, en este caso 126,000 empleos directos ya en el mismo trimestre, tercer trimestre en el 2021, cuando en el caso del tercer trimestre del 2020, se hablaba de 110,000 empleos, hemos recuperado ya los empleos de manera importante, en la encuesta del INEGI, un 14.6% más empleos entre el 20 y el 21, y prácticamente ya casi cerrando la brecha de empleos en el tercer trimestre del 21 contra el 19, una recuperación muy importante. Y también lo vemos qué estará pasando que no hemos todavía llegado a los 130,000, pues hay un tema importante las capacidades instaladas de los negocios turísticos, todavía no se les permite el 100% de su operación, restaurantes que tuvieron por más de 6 o 7 meses a la mitad del negocio, con lo que no puedes todavía de contratar a tu misma gente en el baker the house, en el restaurante, en las cocinas o en los salones. Usted los sabe Presidente, en el tema de los salones pues estuvimos muy, muy limitados por el tema de la sana distancia y no se recuperan esos empleos permanentes y temporales en este mismo sentido. Pero ya haber prácticamente 4,000 empleos en la encuesta del INEGI, este acercamiento habla muy bien de la recuperación en empleos que nos importan a todos en el Estado de Tamaulipas. 2020, ya lo decíamos íbamos creciendo 12.36 más visitantes en el mismo periodo enero, febrero y marzo, 20% más empleo del 2019. Habíamos participado en congresos, en ferias nacionales e internacionales habíamos hecho ya más de diez giras de trabajo y bueno pues desafortunadamente inicia la pandemia. 19 de marzo, prácticamente y recordaremos todos ese lunes 16 marzo en el que se reconoce el inicio de la pandemia, cerramos las playas, fuimos el primer estado que reconoce y cierra sus playas para seguridad en pleno puente, lunes de puente del 21 de marzo, a punto de iniciar semana santa y se reconoce el 19 de marzo. Paradójicamente, dos días después se publica el acuerdo mediante el cual el Gobernador Cabeza de Vaca, crea el Observatorio Turístico Sostenible de Tamaulipas, observatorio que pocos meses después el 17 de septiembre en un tiempo record, prácticamente para la Organización Mundial de Turismo se reconoce como miembro afiliado de la Red Mundial de Observatorios Turísticos Sostenibles, el segundo en México, en la historia de participar en esta red de observatorios que hay en los 5 continentes, y que bueno nosotros hoy formamos parte de esta red, que le permite a Tamaulipas intercambiar información, conocimiento, metodologías para poder trabajar en el contexto de la medición, del análisis, del comportamiento del turismo, la satisfacción, el perfil de visitante, etcétera, que nos permita a todos pues entender mucho más de las tendencias del turismo, y hoy

más que nunca con tantos cambios. Y por eso decía paradójicamente, porque pudimos trabajar con la Organización Mundial de Turismo durante estos meses, para poder trabajar en encuestas, hace ya este observatorio encuestas y baterías de encuestas y hace sus propios análisis. En dónde, participan aquí las asociaciones, las cámaras, la academia, los municipios y por supuesto la Secretaría de Turismo encabezando este observatorio para poder revisar no solo la fotografía, porque contar los visitantes y los turistas pues es una acción de acopiar información, pero ya entender la tendencia, entender los cambios, la afinidad hacia nuestro destino, las razones por las que nos visita y todo convertirlo en estrategias es a lo que nos ayuda el Observatorio Turístico Sostenible del Estado de Tamaulipas, repito el segundo en la historia en México que se vuelve miembro afiliado de la Organización Mundial de Turismo. Y bueno pues desafortunadamente hay que hablar del covid en el 2020 y si decir lo que sacamos positivo en este contexto, de mantener activo al turismo a pesar de un confinamiento. Primero, empezamos a desarrollar tres temas fundamentales: 1. integrar estrategias de aprovechamiento de tecnología, no nos podíamos quedar sentados y abandonando prácticamente al sector, desde la Secretaría de Turismo, sin tener esa comunicación permanente gracias a la tecnología; 2, nos dimos cuenta de un tema y que fue fundamental la palabra confianza, como la veíamos en nuestras estrategias, se convirtió en un tema de cómo vamos hacer que la gente quiera regresar a Tamaulipas, darle confianza por venir. Y vino una variable nueva dentro de las políticas públicas, la sanitización o buenas prácticas de higiene, en este sentido era ese mensaje que le teníamos que dar a la gente de que en Tamaulipas los estábamos cuidando cuando nos visitaran, porque los protocolos de buenas prácticas de higiene y sanitización, se estaban llevando a cabo en los establecimientos turísticos. Y finalmente campañas solidarias en todos los sentidos para reactivar las áreas culturales, las áreas de naturaleza y ecoturismo, nuestras playas, nuestras ciudades, los congresos, el turismo médico, etcétera, etcétera. Como íbamos a ir comunicando gradualmente él no me olvides, me gustaría que estuvieras conmigo, pero no es momento, estamos listos para verte otra vez y hoy te quiero ver aquí conmigo. En todo ese proceso, estuvimos presentes en todo momento. Pero entonces las políticas públicas cambiaron y quiero que analicemos puntualmente esta gráfica, muy parecida a la que vimos de las políticas públicas tradicionales, nada más que ya la competitividad tiene que ver junto con la cultura turística. Una que no veíamos en la anterior, que es la higiene y la seguridad que se vuelve fundamental en este momento, la conservación del empleo, la conectividad que cambia. Probablemente estábamos muy enfocados en crecer en rutas aéreas que no lo hemos soltado, pero que nos damos cuenta que hoy ante un escenario de inseguridad por salud, la corta distancia y el turismo hacia lo local se volvía fundamental en nuestras políticas públicas. Esas estrategias de turismo regional en donde íbamos, no a tener si crecíamos con los colombianos que es el mercado que más crece en porcentaje hacia México desde hace ya varios años, sino cómo íbamos a mantener el interés de nuestra región noreste, parte del bajío, incluso Ciudad de México

hacia nuestro destino, en ese ejercicio de conectividad, posicionamiento que no nos olvidaran, que se quedaran con esa recordación de nuestros atractivos turísticos. Y por supuesto, fíjense como cambiamos el tema, cadenas productivas hacia lo local. Veíamos en la otra que era cadenas productivas nacionales, hoy más que nunca el fortalecimiento de las cadenas productivas locales kilómetro cero, en lo más posible, comunidades, desarrollo a proveedores para las diferentes empresas turísticas en donde los insumos tengan que venir desde lo más corto de la cadena de valor ¿para qué? Para que incluso en un confinamiento futuro de cualquier otra contingencia por salud o por cualquier otra razón, las cadenas productivas siguieran fortaleciendo en lo local a la misa gente de la zona o de la región, y esto es fundamental, un marketing solidario también. Y por supuesto no detenernos en infraestructura, cosa que no hicimos durante el covid, prácticamente reinsertamos el fenómeno covid y postcovid a nuestras políticas públicas, pero no solamente desde la teoría, les dimos un programa a cada uno de nuestras políticas públicas, un programa para fortalecimiento empresarial, inmediatamente en el momento iniciamos junto con desarrollo económico los programas de financiamiento hacia mi pymes, el tema de safe & clean, creamos y fuimos de los probablemente el primero o el segundo estado que más rápido presentamos un programa y una solución de protocolos de higiene y buenas prácticas de sanitización, sanitampro. El programa de retorno a lo local, fortaleciendo nuestras rutas, nuestros circuitos de corto radio, conocetam y vamos hablar de él en unos minutos. La competitividad desde el programa el distintivotam turismo, como profesionalizar, capacitar a nuestra gente incluso a la distancia y la certificación de nuestros negocios y de nuestras capacidades intelectuales de nuestros prestadores de servicio, no me olvides incluso en la cadena de distribución, agentetam. En el posicionamiento de la marca, el marketing solidario del que hablaba, las campañas en todo momento en el proceso del confinamiento y hacia adelante y por su puesto cómo, cómo cerrarle la venta a los negocios turísticos a través de plataformas y mejorar y continuar con el trabajo de las infraestructuras que ya veníamos desarrollando en el estado. Y aquí está la gráfica, fíjense en 2019, las barras azules, los cuartos que se venían generando, la ocupación espectacular, fue la ocupación acumulada en el orden del 58% en el año, en donde tuvimos una de las ocupaciones más altas del país en el 2019, ahí están los cuartos-noche. Y luego vemos abajo cómo se comporta el 2020, veníamos muy bien y 15 días de cierre y alcanzamos incluso con los 15 días de cierre al 35%. Abril de los 700 hoteles promedios que tenemos en el estado, solo se quedaron abiertos 60, 60 hoteles nada más que tenían actividad esencial en el estado y ahí ese 10.5% de ocupación, 12% de ocupación. Para junio fuimos el primer estado que le reconoce la posibilidad de los hoteles de tener 50% de ocupación, cuando en otras ciudades estaban en el 30 o el 25. No hay hotel que pueda ganar dinero al 25, ni siquiera para que lo abre, pues hubo estados en este país que les dijeron abre hasta el 25 o hasta el 30. Tuvimos la oportunidad de sensibilizar al Comité Estatal de Seguridad en Salud y abrir en junio al 50 y ya en agosto al 75 en su capacidad instalada de los hoteles. Esto

quiere decir que prácticamente en plena pandemia, en el pico más importante en agosto, supimos como evaluar y como equilibrar la posibilidad de que recibieran hasta el 75% de su capacidad por dos razones importantes; una, la recuperación de la demanda no es automática, no es como una maquila que de inmediato le dices de 100 trabajadores, a 75 regresas a laborar, tienes que generar la ocupación y eso es gradual. Y 2. Los hoteles dentro del sector turístico definitivamente fueron de los establecimientos que mejor entendieron los protocolos sanitarios, por qué, porque muchos de los estándares ya eran de sanitización y de limpieza y además, que más que cuatro paredes que te dividan de a dos en dos personas, que hables de sana distancia, entonces claramente se daban todas las condiciones que necesitaban para poder darles capacidad instalada a los hoteles y así nos fuimos y claro, vemos como empezamos a repuntar 31, 33 aunque tuviéramos 75 de disponibilidad pero nos empezamos a mover ya incluso en el orden de los 39, 33 y así terminamos el 2020 aunque ya, fíjense como a partir del mes de octubre empezamos a tomar ya la curva de la estacionalidad del 2019 arriba y abajo, cuando antes nada más recuperar, recuperar, recuperar y luego empezamos a empezar a la normalidad ya de una curva estacional, eso es positivo aunque hubiéramos querido seguir creciendo, pero entramos ya en la moda, digamos o en la tendencia de la propia estacionalidad. La conectiva área, aquí se dan dos fenómenos muy fuertes. 1. Pues prácticamente perdimos el 95% de nuestros vuelos, se cerró Victoria, se cerró Nuevo Laredo y se cerró Matamoros, solamente mantuvimos operaciones durante la pandemia en Reynosa y en Tampico y fuimos gradualmente recuperando conforme se fueron dando las posibles ocupaciones. Para más fenómeno en contra para nosotros Interjet era un gran jugador y desaparece Interjet también, vamos a ver más adelante el impacto Interjet y que es prácticamente el GAP que todavía no recuperamos, las otras aerolíneas han absorbido ya la recuperación de su demanda, pero nos falta todavía eso que Interjet no nos pudo seguir ofertando después de la pandemia. En definitiva estos son los datos del impacto 2020 de la pandemia, perdimos 2.5 millones de noches, 2.5 millones de noches que ya no tuvimos en comparación con el 2019 que no llegaron al Estado, pero también 820 mil pasajeros menos y 4 mil millones de pesos, un impacto verdaderamente importante en materia de ingresos de visitantes y por supuesto que frenó nuestra tendencia de crecimiento y de posicionamiento que íbamos logrando ya en estos años anteriores. Qué fue lo que hicimos durante todo este proceso, porque es fundamental entender que la política pública del 2020 tuvo que ver con mantenernos como yo decía activos, pero también con la reacción ante un fenómeno inédito para esta humanidad en términos de una pandemia en esta generación, así que pues íbamos todos en el mundo tratando de entender cómo salir adelante. Lo primero que hicimos y nos dimos cuenta también es que íbamos a tener que abrir un día nuestras playas. No es lo mismo tener una playa como en Cancún con una barrera de hoteles donde el acceso solamente por un pedacito de una playa pública en Las Perlas y tu controlar prácticamente tu frente de playa, a tener playas públicas que te entran por todos lados, playas como Playa

Miramar en donde tienes record de asistencia de más de 200 mil personas un sábado de gloria en el 2019 y cómo le haces para no dejar entrar a 200 mil personas, entonces en ese mismo ejercicio puede estar La Pesca con 17 mil o puede estar Bagdad con 35 mil. Entonces empezamos a analizar en el mundo cómo le estaban haciendo y fenómenos como estos, cintas para hacer sus propias áreas, tratando de manejar porcentajes, pero fundamentalmente lo que también nos pusimos hacer desde el observatorio fueron los protocolos para la reactivación, protocolos para playas, protocolos para balnearios, ríos, presas y áreas naturales que compartimos con los municipios, protocolos para los ranchos cinegéticos y campos de pesca deportiva. Interesante hablar de los ranchos cinegéticos que en el resultado del 2020, en la temporada 2021 por ejemplo de venado cola blanca, es el único segmento del turismo que yo conozco que no decreció ni siquiera, creció 3% en el 2021 en Tamaulipas, más que en el 2019 y 2020 con todo y pandemia el segmento de los ranchos cinegéticos no decreció, por qué, pues por muchas razones una de ellas en definitiva pues grandes extensiones para pocas personas que, pues se mantenían en esa sana distancia, pero lo importante es que se les permitió a los ranchos a través de protocolos no frenar el trabajo que ya venían haciendo y en esa tendencia positiva. Empezamos a analizar cómo trabajar entonces con las playas y en todas las playas y todas las subsecretarías estuvieron tomando control de cada una de las playas y empezamos a hacer esto como lo vemos arriba, a mapear secciones, a bloquear espacios en donde tu tuvieras solamente tu posibilidad de estar en la sección 1, 2, 3 o 4 y no moverte de sección a sección para poder controlar el aforo máximo en un espacio. Nos fuimos a aforos no más del 15%, filtros, filtros de acceso, etcétera, etcétera, todo mundo participando estado, municipios, federación, guardia nacional, marina, dependencias para poder crear todo este esfuerzo que fue de varios centenares de personas, desde el inicio de todo este ejercicio. Les decía dentro de este programa safe & clean lanzamos el sello saniTamPro con las digamos buenas prácticas de higiene y sanitización que se convirtieran pues en el día a día en el cumplimiento de protocolos para genera esa confianza que necesitabas no perder de los turistas y visitantes. Al mismo tiempo y pocos meses después básicamente 45 días lo homologamos con el sello safe travel que emitió a nivel mundial para muchos establecimientos en el mundo, países y destinos turísticos el Consejo Mundial de Turismo y Viajes la WTTC y pues empezamos a entregar estas constancias, constancias que se empataron también con las cartas de compromiso de apertura en donde más de 7 mil establecimientos turísticos lo hicieron. Otro tema de confianza fundamental que se vio también el camino pues fue este, ya veníamos trabajando con la certificación de playa limpia con estándares internacionales, la playa Blue Flag. En el 2020, ya no lo pudimos decir, pero desde el 2020 nos hicieron playa Blue Flag en Miramar, nunca pudimos hacer por covid ese evento y después ya en el 2021 en este verano pudimos entregar la certificación y recertificación en donde hoy la Playa de Miramar es la única playa Blue Flag del Golfo de México y que habla ya de su limpieza y por su puesto de su conservación,

preservación y acción sostenible que tenemos en el lugar. La competitividad, el programa distintivo Tam Turismo que lanzó el Gobernador en el 2019 para la certificación de 260 empresas, que al momento del cierre, pues nos vemos en la oportunidad, primero de poder tener a gente con disponibilidad para profesionalizarse y capacitarse, pero en la imposibilidad de reunirnos; entonces nace el aula virtual Tam que nos permite entonces mantenernos en contacto con ellos, a través de conferencias, capacitaciones, cursos, etcétera, y fíjense tuvimos un alcance de 6,288 prestadoras de servicios de 30 municipios, y aquí podemos ver entonces ese beneficio del aula virtual. Prestadores de servicios capacitados en 2017, 699, gente a la que pudimos llegar porque tenía tiempo para capacitarse 5,709 personas en 2020, 716% más, empresas que participaron pues el doble del 2019 o el triple o casi 4 veces en cuanto al 17 al 2020. La gente tenía tiempo, y en ese ejercicio pudimos trabajar con ello, en darle cualquier cantidad de cursos para que se pudieran capacitar y teníamos un proyecto que era muy importante para nosotros y ustedes lo conocen muy bien, Javier lo sabe muy bien, el Diputado Javier, disculpa. Estábamos ante un escenario tan bien en Tamaulipas de no tener guías de turistas con certificación vigente, no teníamos. Las credenciales de guías de turistas estaban prácticamente todas vencidas en el Estado de nuestros guías de turistas. Entrar en ese programa en plena pandemia de ir a las ventanillas de SECTUR federal con ventanillas cerradas era imposible, entonces nos dimos a la tarea de analizar un tema y es la competencia y facultad que podía tener el Estado de Tamaulipas en crear sus guías estatales, es una figura que no existe en el país, no la contempla incluso la Ley General de Turismo, contempla guía local y guía general que es de todo el país, pero la realidad en el guía local, es que si tú eres un guía local de Tampico y te vas a Tula a dar con un grupo ya estas fuera de jurisdicción, entonces no puedes salir del centro histórico de Tampico o no puedes salir de Tula para llevártelos a Gómez Farías, pero que tal un guía estatal que sí te pueda llevar por todo Tamaulipas. Analizamos las competencias, todo mundo participó inclusive el INA federal, y hoy tenemos a través de la UAT una certificación de guías estatales de turistas que certificamos durante la pandemia en el segundo semestre del 20 a 110 guías certificados por diferentes municipios y que hoy ya están trabajando de manera profesional por Tamaulipas, como parte también de este esfuerzo. Antes de la pandemia trabajamos la semana del turismo, este es un tema muy importante no me voy a ahondar mucho en ello, pero hay que trabajar con esta comisión más adelante en fortalecer a los jóvenes y su vocación en el turismo hacia adentro de Tamaulipas. Aquí pudimos llevar a más o menos 240 jóvenes por todo el Estado y en cada una de las ciudades se sumaban más jóvenes en las conferencias para poderles llevar a expertos del turismo, reconocer las vocaciones regionales, pero que ellos también se movieran desde Nuevo Laredo hasta Ciudad Madero en 5 días por todo el Estado, y vieran que tienen un gran potencial por desarrollar como profesionales del turismo. En definitiva este trabajo de acercarnos a todo el mundo, también haciendo conferencias de destino a agencias de viajes, discutiendo en foros internacionales sobre las políticas públicas

de Tamaulipas, la capacitación. Nos movimos en el orden de 219, presentaciones en línea alcanzamos a 53 países, nos vieron en redes sociales que replicaron nuestras presentaciones 3.3 millones de personas directo, así como en un zoom dice tienes 39 conectados, 37 mil 700 personas, estamos hablando de casi 64 mil horas bien invertidas en la participación de gente que escuchó a Tamaulipas por todos lados y que aprendió por supuesto de Tamaulipas en todo momento. Esta fue una gran oportunidad irrepetible en términos estadísticos y de volumen de horas porque hoy ya la gente está totalmente ocupada, pero que no perdimos ese tiempo en términos de posicionamiento. (Presentación de video) La campaña que todo promotor turístico ni en su peor pesadilla puede vivir fue la de la izquierda, esta semana santa la playa está cerrada. Esto fue lo que comunicamos en abril de 2020, después empezamos en ese proceso de ir sensibilizando a la gente de que tenía que algún día volver con nosotros, viajar es volver a empezar, viajar es intentar cambiar, etcétera, es quererte abrazar y quererte recuperar fue parte de la campaña que estuvimos trabajando. (Presentó un video) Como pueden ver son ejercicios de diferentes videos que estuvimos presentando en plataformas, en anuncios, en diferentes canales durante la pandemia para que se siguiera manteniendo pues esa intención de hablar de nuestra diversidad, de nuestra gastronomía, de nuestra naturaleza, de nuestros destinos, etcétera, pero quédate en casa, pero sin que nos olvidarán. En otro contexto a los agentes de viajes, este trabajo que se hace en el 19 y en el 20 lo seguimos promoviendo a través de este trabajo que hacíamos en línea con agencias de viajes el programa Agente Tam, esta es una certificación autodidacta que hacen los agentes de viajes se meten a agentetam.com se dan de alta como agentes de viajes y pueden ya certificarse como expertos, expertos en Tamaulipas. Son 6 módulos, cada módulo tiene una especie de quiz de opción múltiple para contestarlo, pasar al siguiente y luego ya puedes hacerte de herramientas como flayers electrónicos, los videos, las fotos, presentaciones en powerpoint por segmento de turismo que tú puedes ya utilizar con tus clientes y tratar de vender a Tamaulipas, hoy tenemos 922. La comunicación de la mano de socios estratégicos ya para este 2021 empezamos ya a trabajar un tema interesante, los road trips también, empezamos a ver que kayak estaba empezando a integrar ya no solamente origen distinto, sino también una suma de puntos para visitar, hicimos el primer Estado del país que hizo una alianza con kayak en donde podías hacer la contratación del road trips a través de la propia herramienta. Regresamos a ser alianzas con la conectividad terrestre y área y empezamos pues obviamente a promover todos nuestros segmentos en diferentes canales. (Presentó un video) Si se fijan siempre haciendo este ejercicio de diversidad y como parte de las campañas que estuvimos haciendo ya en la Semana Santa donde ya podían visitarnos y ya teníamos capacidades. El trabajo en redes sociales ha venido creciendo muchísimo, importante el hitchman es más allá del crecimiento de seguidores pudimos contactar con reacción hacia nuestras publicaciones en más de casi 131 millones de personas en 2020, crecimientos como Facebook de más de 1,240%, publicaciones completamente enfocadas a la atracción

de destino, generar experiencia, emoción, movilidad, gastronomía, etcétera, para que la gente pues empiece a pensar en ello, pero importante como les decía el alcance, pero también es en hitchman que provoque que las gentes reaccioné ante tus likes no lanzar estos post y que nadie reaccione ante ellos, no. Y finalmente la comercialización. Todo mundo en el proceso pues nos dimos cuenta que la tecnología y ya veníamos trabajando gradualmente en ello, pero nos dimos cuenta que había que reforzarlo y entonces creamos esta aplicación, una aplicación que nos permite hoy una comercialización 360 de los destinos turísticos y por supuesto de los establecimientos turísticos en todo Tamaulipas, pero en el momento en el que estábamos ante el reto de reapertura de playas, pues hicimos algo que no hizo nadie más y fue por qué no entras para controlar, pues llegar a las playas por reservación. Este trabajo fue titánico, titánico, centenares de personas que colaboraron en todas las playas, los subsecretarios desde Bagdad hasta y sus equipos, hasta Miramar en todo este ejercicio, y fíjense yo no sé, si están muy familiarizados con cuántas descargas tienen este tipo de aplicaciones de gestión turística de destinos institucionales, yo les puedo dar un dato de un estado en el norte que tiene cien descargas, no les voy a decir cual, pero otros que tienen mil, otras playas que tienen mil o dos mil, la aplicación de Tamaulipas tiene 223 mil descargas. Qué puedes hacer en ésta, reservar tu playa. Atendimos 354 mil reservaciones a la fecha en un año dos meses. Gestión de 354 mil reservaciones para que entren a las playas 1.7 millones de personas por la aplicación. Revisando el QR, revisándole a la gente, asignándole su estacionamiento, asignándole su área y por eso veían en los decretos de cada quince días de salud, decía playas, lo que diga turismo, no era lo que dijera turismo era el protocolo lo que habíamos desarrollado para que se pudiera acceder a la playa. Lo más importante en este sentido de haber logrado todos estos protocolos lo saben, no se permitían bebidas alcohólicas, no podías entrar con el asador, no podías entrar con pelotas, pues era básicamente para una reconciliación con un espacio abierto, no para recuperar la vida de fiesta y de congregación y de grupos que no se permitían en ese momento, no. Entonces la verdad fue un esfuerzo y ha sido un esfuerzo titánico que nos permite decir y no a nosotros sino a salud, que en playas tamaulipecas hubo durante los procesos de pandemia cero contagios, esos fue verdaderamente el logro y no dicho por turismo, dicho por salud por todo este ejercicio. ConoceTam, este es otro tema fundamental, ya pasamos a un tema de diversificación de oferta turística, otro de los temas que nos encontramos en esta administración es que habíamos perdido a los operadores turísticos, prácticamente ya nadie estaba haciendo operación turística receptiva terrestre en el Estado y guías de turistas que tampoco teníamos. Nos dimos a la tarea de trabajo con ellos desde el 19 desde los equipos de desarrollo vía producto turístico, hablar con los profesionales que habían sido o que tenían ganas de empezar a generar experiencias y dentro de la propia aplicación, ustedes pueden entrar a ConoceTam y hoy hay 71 experiencias de todo tipo desde un city tour de 60 pesos hasta una estadía de 5 días 4 noches de 7, 8 o 9 mil pesos para poder disfrutar incluso buceo, kayak, pesa en yate, surf, yoga,

gastronomía, la Reserva de la Biosfera El Cielo, etcétera, etcétera, etcétera; actividades que ya puedes hacer por todo el estado y que seguimos creciendo todos los días en ello. Pero muy importante es cómo acceder y cómo comprar, pues desde su teléfono ahí pueden comprar, ahorita pueden reservar y pueden comprar un recorrido en kayak en el Río Guayalejo, pueden comprar ahorita una ida a bucear para este fin de semana y saben a quién le van a pagar, directamente al proveedor y ahí les va aparecer quién es su anfitrión, quién los va a recibir, van a ver el video de la experiencia, van a ver en casi todas las experiencias van a ver lo que pueden hacer, lo que no pueden hacer, las recomendaciones, si es una actividad soft si es hard si es más, etcétera. Entonces hoy, ya también a través de la plataforma de ConoceTam podemos disfrutar de todo Tamaulipas y garantizar una reserva y comprarla desde el teléfono directamente a los proveedores. Una tendencia a nivel global han sido los road trips que es durante el proceso de la pandemia, la gente pues no quería subirse a un autobús, no se quería subir a un avión, quería ir en su coche pero a dónde y se crean entonces los road trips tam, iniciamos con 6 recorridos que también los tienen en su aplicación compraTam y qué es lo que hace, es una alianza con google que te posicioné un recorrido fijo de una ruta de google desde donde tú vas y te lleva por 7 días, 6 noches por Tamaulipas para poder decidir en 6 regiones o 6 recorridos de todas las regiones norte, centro y sur del Estado y tu viajar y atender sobre un itinerario sugerido que puedes imprimir o lo puedes traer ahí en el teléfono qué cosas hacer, qué no perderte, los tiempos, dónde hospedarte, dónde comer, etcétera e inclusive contratar de ConoceTam experiencias como un city tour o como una actividad de kayak en lo que me toca ir a Jaumave por ejemplo o lo que tengas que hacer. Entonces es parte también de esa integración 360 en la comercialización. (Presentación de video) Vamos a ver la de la izquierda, pero son todas diferentes alternativas. Entonces hoy a través de alianzas como con Avisbudget pues podemos hacer inclusive ven aterriza, renta tu coche y muévete o agarra tú, tu coche y muévete por donde quieras no, y te da la oportunidad como decía de revisar por todo ello. Tema fundamental infraestructura, pues no nos detuvimos. Desde el 19 lo saben, se abrió por primera vez el Museo Interactivo del Niño Barco, esa recuperación del antiguo, fuerte y penal de Andonegui que hoy es verdaderamente un lugar maravilloso para los niños. El tema de inclusividad es fundamental a través de los accesos peatonales de Playa Miramar que son parte también de este tema de Blue Flag en Playa Miramar por darle el turismo incluyente y responsable. Todo el trabajo que se ha hecho en el Parque Laguna del Carpintero, hoy Parque Urbano Laguna del Carpintero, el parador turístico de la Presa Vicente Guerrero, estamos trabajando Pepe ya, qué llevamos de avance en Jaumave, 60% el parador turístico de Jaumave que también va tener ahí información etcétera, de la región para poder aprovechar la visita. El Capta de Playa Miramar que sigue atendiendo en temporadas principalmente a los turistas; el Centro de Convenciones de Reynosa, los Puentes del Arroyo Loco en Tula que le permitieron a centro comercial o espacio comercial del Arroyo Loco dar inclusividad, no podías entrar en silla de ruedas o con alguna discapacidad móvil o

motriz, etcétera. El mejoramiento de la vialidad hacia Soto La Marina, todo lo que ha sido la infraestructura turística o la infraestructura que beneficia al turismo. El mismo mercado municipal de Tampico, Camino Real a Tula, como parte de todos estos lugares que se va poniendo en valor gradualmente, más de 1,900 millones de pesos que ha invertido este gobierno de Cabeza de Vaca en obras de infraestructura turística que se siguen y se están aprovechando en todos los días por el turismo; es por eso que crece el turismo, no es casualidad. Estas campañas, ya me voy a ir mucho más rápido, sé que estoy ya sobre el tiempo hace rato. Pero pasamos de una campaña de orgullo tamaulipeco, regresándole la confianza al mismo tamaulipeco a viajar por su estado, a enamorarnos de Tamaulipas, reconciliarnos con nuestro destino. A decirle a México y a retar al mundo, ven y descubre las sorpresas que tengo para ti, la sorpresa de México tiene que ver con reconocer que no nos conocen en general de nuestros atractivos turísticos, hoy mucho más definitivamente, pero ven y conócenos, ven y disfrútanos y por eso lanzamos en punto México en SECTUR federal la campaña, ahí nació la campaña La Sorpresa de México, con una activación en la planta baja de SECTUR federal, junto con el Secretario Torruco y el Gobernador para lanzar La Sorpresa de México. Seguimos activando el mercados, en centros comerciales; obtuvimos de esta campaña en los premios Rit Latino el Mejor Spot de Campaña Gubernamental, la mejor campaña de promoción turística y de marca turismo del país, dos años en el 2019 y en el 2020. Y también en el tema de congresos reactivamos algo que es fundamental para el turismo y la generación de gasto turístico con alto promedio de gasto que son los congresos y las convenciones. Entre el 2019 y el 22 hacia 22, hemos ganado 18 sedes para congresos nacionales, internacionales y regionales, con más de 35 millones de derrama estimada. Instalamos también ya los Comités de Atracción de Eventos, en Nuevo Laredo, en Reynosa, en Victoria y en Tampico, donde las asociaciones no solo las turísticas, los notarios, los contadores, los ingenieros, los doctores, forman parte de este Comité de Atracción de Eventos para decir, yo puedo traer un nacional, yo puedo traer un regional, etcétera, ya estamos trabajando con ellos. Las activaciones en centros comerciales, como pueden ver en Ciudad de México, Monterrey, San Luis Potosí, Monterrey, Querétaro, Saltillo acabamos de terminar este fin de semana, donde la gente va a su centro comercial, a lo mejor a comprarse un vestido y se encuentra a Tamaulipas sin esperarlo, acaba comprándole ahí a los artesanos, pero también se acaba enterando de nuestros destinos turísticos. Hay un segmento al que no le hemos llegado y le estamos tratando de llegar, al joven, a los de los 14, 15, 16 años que no piensa en nosotros, está en Guadalajara y no sabe que en Tampico puede venir y conocer nuestros espacios turísticos o que nuestra playa es espectacular o que tenemos un pueblo mágico como Tula donde puede andar en bicicleta, en pistas de bici de montaña. Bueno como lo acaban de hacer en la semana, el fin de semana de La Cuera Tamaulipeca 85 kilómetros. Atrajimos esta invitación al de jugadores de gamers de jueguitos electrónicos, de estos de competencias en juegos electrónicos. Vino el número dos del mundo a jugar y tuvimos más de 1.2 millones de impresiones y no me

pusieron los testimoniales aquí de casualidad. Bueno se los voy a compartir, donde los jóvenes dicen que les encantó Tamaulipas, que les fascinó, que súper bonito Tamaulipas, etcétera y que regresarían seguro de vacaciones. Este segmento de jóvenes que es el turista de pasado mañana, ya estamos también tratando de entrar con ellos. En 2021 nueve congresos nacionales, 1300 personas, congresos nacionales como Canacintra, Ampi, Profesionales en Mobiliario, el Nacional Ganadero, etcétera, Mujeres Empresarias, Jefas de Empresa, etcétera. Congresos Nacionales la CMIC también, la Asamblea General Ordinaria que no veíamos hace mucho tiempo ya está presencia nacional de empresarios y empresarias de todo México. Acabamos de estar en Mérida en el Tianguis Turístico de México, 401 citas, ya recuperamos ese interés que se tiene por Tamaulipas para seguir trabajando. Hicimos ya la firma del convenio con Mobility ADO, para que el turibus ya esté en, va a estar el turibus en Tampico la última de enero o la primera de febrero, ya lo vamos a ver en su ruta turística en Tampico, por primera vez en la historia nuestro turibus complementando la fortaleza de la oferta turística del sur del estado. Todo este ejercicio de políticas públicas ha sido reconocido a nivel internacional, dos años consecutivos, como las mejores políticas públicas innovadoras y sostenibles y este modelo sostenible y solidario del que hemos estado hablando, como un nuevo modelo que incluso fue reconocido por el ICTUR, el Instituto de Competitividad Turística de SECTUR Federal con una publicación digamos como paper doctoral, en su libro hace 6 meses. Este trabajo que hicimos de compra Tam, de generar este cuidado de las personas a través de la reservación de playas de la salud para la reactivación económica, también fue reconocida por este reconocimiento a nivel nacional de Empresas Excepcionales, hacia la reactivación económica. La única entidad estatal federativa que fue reconocida por sus prácticas sobresalientes durante la pandemia. 34 empresas excepcionales incluidas como institución al Estado de Tamaulipas, a la Secretaría de Turismo que recibe el mayor nivel de distinción entregado durante este evento, donde se encuentra el Instituto para el Fomento a la Calidad Total, los que entregan el Premio Nacional de Calidad todos los años, hicieron este análisis de las empresas o de los organismos que estaban haciendo algo destacado ante la reactivación y pues logramos este reconocimiento para Tamaulipas histórico. Aquí vemos ya para terminar, como están los resultados, ya estamos en el orden del 39, 47% de ocupación, ya estamos a pocos puntos por debajo de la ocupación hotelera, nos vamos recuperando de manera importante y pues creemos que ya hacia el 2022 vamos a ver cifras muy parecidas al porcentaje de ocupación en el comportamiento del 19. Aquí vemos ya como se recuperó en el verde el 2021, ya muy cerca de lo que teníamos de pasajeros en los aeropuertos. Y aquí pues como estamos más o menos en cuanto al comportamiento 2021 pues ya estamos obviamente por arriba, contra el 19 todavía traemos un gap. Fíjense lo que era para nosotros en el market share interjet, 207 mil pasajeros en Tampico. Son los que traemos ahorita todavía sin podernos recuperar, más o menos en el orden de esos pasajeros que no traemos, si lo analizan abajo, 2021, 24 mil y tantos pasajeros por

cada mes, el impacto que nos hemos podido recuperar. Fíjense 107130, 9122, 77107, 82114, hay más menos, 20, 25 mil que son los que no traemos de interjet, interjet nos hizo un golpe adicional a la propia pandemia por perder esos pasajeros, porque era un market share muy importante, esto ya lo platicamos, cómo estamos recuperando los empleos en este sentido. Los visitantes como les decía a enero-octubre pues ya les platicué el pronóstico al cierre y bueno pues en este sentido, pues en el 2022 vamos a tener este trabajo de competitividad cultura turística, la certificación Tam Turismo, la segunda generación de diplomado de guías estatales de turistas, el trabajo de la aula virtual. Estaremos en mayo en el tianguis 2022, al que espero esta Comisión nos pueda acompañar, seguir trabajando en campañas.

Diputado Gustavo Adolfo Cárdenas Gutiérrez. En España o dónde.

Maestro Fernando Olivera Rocha. Ahorita voy a decir el de España, campañas publicitarias, congreso y convenciones en el 2022, vamos a tener 8 congresos ya confirmados en el arranque en el primer semestre, que incluyen también ya a Reynosa y ya no solamente Tampico. Donde casi 27 mil personas van a participar; AMEREF, este es bien importante porque es la Asociación Mexicana de Recintos Feriales, que llega en enero, la primera de febrero a Expo Tam Reynosa, pero es también una especie de gran capacitación para las empresas locales de Reynosa, para volverse verdaderos proveedores para congresos y convenciones de los eventos nacionales que vamos a tener. Esto es muy importante para que sea ese arranque formal ya, no solo del centro de convenciones, sino la adaptación de los proveedores para lo que se les va a demandar y viene gente muy importante. Vamos a tener diferentes eventos en los que vamos a estar participando; por primera vez la guía gastronómica de México va hacer su reunión de conclave, esto es, sus críticos gastronómicos vienen a Tampico y van hacer un recorrido hasta victoria en 4 días para decidir cuáles son los mejores 200 restaurantes de México, pero es un digamos megafam de 60 críticos gastronómicos, seguidos por miles y cientos de miles de personas que van a comer y a disfrutar nuestros destinos y muchos no han venido y de esta manera bueno pues estar presentes. El impulso a la gastronomía es fundamental lo saben, tenemos la primera reunión del Comité Directivo Nacional, que nunca ha salido de Ciudad de México de la CANIRAC, y que por primera vez viene a Tamaulipas vamos a tener aquí en marzo esa reunión. Hemos logrado posicionar ya también a cocineros de la talla Meño Cavazos, el primer chef joven del año, el primer merito restaurantero de CANIRAC Nacional en la historia por la CANIRAC, para este premio nacional. Por su puesto la ruta del mezcal, el tema del purple point y nuestros ostiones y la acuacultura que es fundamental para la alimentación saludable, esta es una gran, gran oportunidad. Y finalmente pues iremos compartiendo con esta comisión el proyecto de plan de visión 2030, donde entregaremos antes de terminar la administración un documento, en donde se plasme este entendimiento y gobernanza con la sociedad civil organizada, de a dónde

queremos que se recomiende que vaya el turismo de aquí al 2030 y con ello pues dejar un plan de ruta hacia el desarrollo positivo del turismo en el estado. Muchísimas gracias.

Presidente: Don Fernando, que barbaridad. Un aplauso a don Fernando que verdaderamente es un gran trabajo que se está realizando. Ahora yo lo único que quiero preguntarle, verdad ahorita vamos a entrar a las preguntas. Pero quiero agradecerle por la visión que se tiene en materia de turismo y que además están abarcando prácticamente todas las oportunidades para que el estado sea un ente turístico importante en el país.

Presidente: Al respecto, solicito a la Secretaría pregunte si alguno de los integrantes de esta Comisión desea participar, y en su caso, llevar el registro de las participaciones.

Diputada Liliana Álvarez. Con su venia presidente.

Presidente: Adelante Diputada Liliana Álvarez.

Diputada Liliana Álvarez. Gracias. Antes que nada manifestar la bienvenida al Secretario de Turismo de Tamaulipas, Fernando Olvera Rocha, bienvenido Secretario, a los Subsecretarios que hoy nos acompañan y a todo el equipo de la Secretaría de Turismo que está aquí con nosotros, bienvenidos. El turismo dejó de ser hace mucho una alternativa para el desarrollo económico, para convertirse en un motor de la economía de las regiones. Tamaulipas cuenta con una gran variedad de destinos turísticos, con una oferta diferenciada de experiencias para todos los paseantes. El impulso al turismo se ha convertido en un verdadero motor de la economía en regiones como el antiguo cuarto distrito y para los municipios que comprenden la zona natural protegida de El Cielo. Durante este sexenio como seguramente habrá de, nos informó el Secretario ya en estos momentos, se ha logrado posicionar la marca Tam para destinos de playa y se impulsa como una fuente de ingresos muy importante para la frontera, el turismo médico y cinegético. Las ventajas logísticas de Tamaulipas lo hacen también un destino muy atractivo para el turismo. Hago una invitación para que la presencia del Secretario sirva a quienes integramos esta comisión para que construyamos una agenda común en materia legislativa, para apoyar las acciones que promueven esta actividad económica, que emplea a muchos tamaulipecos y que es el sostén de muchas familias. Felicitarlo también por este informe tan completo, un excelente equipo que ha hecho su mayor esfuerzo para salir adelante en esta pandemia en la que estuvimos sometidos, verdad, durante este tiempo. Felicitar al Gobernador que sé que con el apoyo de él y su gran preocupación por el impulso que desarrolla esta Secretaría. Bueno y finalmente pues comentarles que tenemos el privilegio de vivir en un estado muy bello con municipios con una gran riqueza natural e histórica que

todos los que estamos aquí tenemos que presumir. Es momento de impulsar y dar a conocer a todos lo bello que es nuestro estado. Muchísimas gracias y felicidades Secretario.

Presidente: Muy bien felicidades.

Secretario: Muchas gracias Diputada, en verdad agradecer primero al maestro Fernando Olivera tan buena exposición magistral.

Atendiendo a la instrucción de la presidencia, se consulta si alguien desea hacer uso de la voz.

Presidente: Yo nomas quisiera hacer una pregunta señor Secretario ¿qué pasa con Aeromar aquí en Victoria? Es un problema que tenemos ahorita los que queremos viajar a la Ciudad México, nos cancelan el viaje en cualquier momento, no nos avisan, simplemente cancelan el vuelo y no hay manera de poder salir de aquí de la ciudad. Hay una inconsistencia enorme, aparte de caro, que un servicio muy malo y caro, no sé qué este pasando para poder tener acceso aquí a la capital. Adelante.

Maestro Fernando Olivera Rocha. Gracias Presidente. Decirle que la realidad, primero es que el flujo de demanda que se tiene en Victoria no se ha recuperado, para poder generar ni el vuelo diario, ni la segunda frecuencia que se tenía con el mismo Aeromar. Por otro lado, hemos intentado también invitar Aeroméxico a que considere un vuelo a Victoria, en donde desafortunadamente ya Aeroméxico no tiene en su flota los aviones de 48 pasajeros que tuvo Connect en su momento. Con lo cual el avión más pequeño que tiene es un Embraer 170, que traes pues más o menos 90 pasajeros, 92 pasajeros con lo cual es el doble de lo que tiene un Embraer 45, o un tipo jet, o el ATR con el que vuela Areomar que son pues en el orden de 48 pasajeros. Nosotros estamos hablando permanentemente con ellos, hemos tenido ya conversaciones, estamos tratando también de acercarnos en algún ejercicio de conexión con Viva Aerobus, obviamente la cercanía con Monterrey de Victoria, no nos ayuda tampoco hacer un salto de un avión como los que tiene también ellos, que son pues aviones medianos. Y yo lo que le diría Presidente, es que necesitamos lograr que crezca otra vez ese flujo y esa demanda, esa presión de demanda que tenía Victoria. Lo que si podemos es reiterar con ellos esta preocupación totalmente legítima, como la que tiene y como la que hemos expresado en otros momentos a la dirección de esta aerolínea que no nos pueden cancelar el mismo día o un día antes un vuelo, si no son razones meramente climatológicas o ajenas a la propia operación. El tema de los precios tiene que ver básicamente con un tema de oferta y demanda y la verdad es que lo sabemos, Aeromar nunca ha sido una línea de bajo costo, siempre ha sido una línea área de precios medios altos y altos. Y que bueno pues en abono a tener conectividad aérea, no se

fueron en la pandemia les reabrimos el aeropuerto y volvieron a venir, entonces creo que en este ejercicio de entender que ellos también están haciendo un esfuerzo importante por mantener el vuelo algunos días, pues es que tenemos que seguir trabajando con ellos para poderles dar condiciones de que el vuelo recupere, el vuelo diario y como ya teníamos antes de la pandemia dos vuelos diarios, mañana y tarde que eso nos ayudaba muchísimo. Cuando tienes un solo vuelo, la demanda no se reactiva porque la gente que va de negocios por ejemplo a México que se iba en la mañana y regresaba en la tarde, pues ahora ya no lo puede hacer, tiene que quedarse a fuerza en la Ciudad de México y regresar al otro día, lo que encarece su viaje. Si en la recomendación estaremos trabajando muy de cerca con la aerolínea.

Presidente: Muchas gracias maestro. Bueno yo quiero darle las gracias a todos los colaboradores, a los subsecretarios a cada uno de ustedes por la oportunidad que nos dieron de ilustrarnos todo este trabajo, este proyecto que tuvimos el día de hoy.

Sin más por el momento, agradecemos al **Maestro Fernando Olivera Rocha y a los servidores públicos de la Secretaría de Turismo que lo acompañan;** por su presencia en este Poder Legislativo, para brindarnos información que permita que en nuestro Estado, el Rubro de Turismo sea fortalecido, y buscar un mayor beneficio para el Estado.

En tal virtud, solicito a los Servicios Parlamentarios, se sirva acompañar a los servidores públicos hasta el vestíbulo de este recinto.

Presidente: Señores Diputados, acto seguido, procederemos a desahogar el punto de asuntos de carácter general, si alguien desea participar favor de indicarlo para que la Secretaría tome nota y proceder en su caso al desahogo de las participaciones correspondientes.

Adelante secretario.

Presidente: Agotado el objeto que dio motivo a la presente reunión de trabajo, agradezco la presencia de mis compañeras Diputadas y Diputados de esta Comisión, y me permito dar por **concluida** la misma, dándose por válidos los acuerdos tomados en esta reunión, siendo las **diecinueve horas con veintinueve minutos**, del **30 de noviembre** del presente año 2021. Muchas gracias.