



DECRETO # 335



**LA HONORABLE SEXAGÉSIMA TERCERA
LEGISLATURA DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO
DE ZACATECAS, EN NOMBRE DEL PUEBLO,
DECRETA**

RESULTANDOS

PRIMERO. En sesión ordinaria celebrada el 03 de octubre de 2019, las y los diputados Omar Carrera Pérez, Lizbeth Ana María Márquez Álvarez, Emma Lisset López Murillo y Felipe de Jesús Delgado de la Torre, integrantes de la Sexagésima Tercera Legislatura del Estado de Zacatecas, en ejercicio de las facultades que les confieren los artículos 60, fracción I de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Zacatecas; 28, fracción I, 29, fracción XIII y 52, fracción II de la Ley Orgánica del Poder Legislativo del Estado, sometieron a la consideración de esta Honorable Representación Popular, iniciativa con proyecto de Decreto.

Por acuerdo de la Presidencia de la Mesa Directiva, la iniciativa de referencia nos fue turnada mediante memorándum número 0821, a la Comisión de Turismo, para su estudio y dictamen correspondiente.

SEGUNDO. Los proponentes justificaron su iniciativa en la siguiente:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS



**H. LEGISLATURA
DEL ESTADO**

El turismo debe ser un tema prioritario, ya que genera ingresos, empleos y coadyuva a la multiplicación de la economía de la entidad.

No podemos dejar de lado la importancia del turismo, puesto que en él estriba gran parte de los ingresos de los Estados.

Por otra parte, la importancia del turismo radica en la capacidad de producir bienes económicos a través de intercambiar productos al consumidor para obtener un beneficio económico para los habitantes del Estado.

En Zacatecas, la presencia de las marcas han correspondido a la duración de los Gobiernos, lo que ha impedido un desarrollo no solo de la marca en tanto estrategia, sino también de la identificación del Zacatecano en relación a la marca. Ese es el caso de “Zacatecas suena bien” (Miguel Alonso), “Zacatecas Cumple tus Sueños” (Amalia García), “Zacatecas, rostro de cantera y corazón de plata”, “Zacatecas”, “Zacatecas, un pasado con mucho presente” y “Zacatecas, rosa y plata”.

• Duración de marcas de otros estados:

Tan solo por poner un ejemplo, en la región competimos contra San Luis Potosí y Querétaro, cuyas marcas tienen 10



o más años: San Luis con “Tu destino”, 10 años, y Querétaro con “De lo bueno, todo”, 15 años. También es el caso de la marca “Ah, Chihuahua”, que lleva 11 años de uso o la de Michoacán que, aunque ya fue renovada, la anterior duró 18 años. Y qué decir del caso de Morelos con su eslogan “Primavera de México”, el cual tuvo una visibilidad de 19 años.

Una Marca Turística o Marca de Destino es el sello distintivo que permite reconocer un lugar y diferenciarlo de otros lugares o destinos turísticos. La marca Zacatecas Deslumbrante se crea a partir de la necesidad de contar con una marca turística que identifique al estado, que proyecte los valores del zacatecano, que cree una visión positiva del destino en la mente de sus públicos, que establezca un vínculo con los visitantes y, particularmente, que trascienda periodos gubernamentales. Esto último, promesa de campaña del Gobernador Alejandro Tello Cristerna a la iniciativa privada turística, quienes pidieron que se generara una marca que los identificara, en la que ellos participaran, que no tuviera colores ni intereses partidistas y que fuera neutral y propia del turismo.

• **Proceso**

Pero para comprender la importancia de esta marca, además de considerar el impacto real que ha tenido en el incremento de visitantes, es necesario también conocer su historia y, sobre todo, el contexto turístico que la abriga.



En el proceso de creación de la marca, se realizó un análisis de competencia de otras marcas turísticas y se buscó diferenciar y dar una identidad a partir de las características esenciales de Zacatecas, de los conceptos y palabras que identifican y representan al Estado, que lo hacen distinto y que le dan personalidad: historia, cultura, minería, plata, arte, cantera, mezcal, la Suave Patria, callejoneadas, callejones, plazas, descubrir, cerro de La Bufa, la Puerta del Norte, tradiciones, iluminación.

La marca Zacatecas Deslumbrante se inspira en la orografía de Zacatecas, la arquitectura de los Centros Históricos, las fachadas de las casas y los comercios. La paleta de colores se trabajó cuidadosamente para representar los verdaderos colores que se encuentran en la capital, en los pueblos, en los campos; en los colores que se ven al llegar a territorio zacatecano, en los tonos de la tierra, del semidesierto, del cielo, de la cantera, del pino y el agave azul.

El slogan ¡Deslumbrante! partió del análisis de los atributos y cualidades de Zacatecas: minería, plata, luz, atardeceres, estrellas, cielo, iluminación escénica, joya, cultural, patrimonio, tierra colorada, brillante, deslumbrante, veta, destello, asombra, brillante, belleza, sorprendente, corazón, natural, señorial, religión, barroco, calidez, autenticidad, color. Se buscó una frase que no estuviera o hubiera sido utilizada por ninguna otra marca turística y que reflejara en pocas palabras una idea que resaltara lo mejor posible estos atributos y cualidades de Zacatecas, de manera que fuera precisa y concisa al impactar al consumidor.



Para la definición final de la marca y antes de su lanzamiento, se realizaron análisis de geomarketing con consumidores finales de mercados turísticos a nivel nacional como Aguascalientes, Querétaro, Ciudad de México, Saltillo, Durango, San Luis Potosí y Monterrey. Se realizaron grupos de enfoque con integrantes de la industria local, como cámaras y asociaciones (CANACOZAC, CANIRAC, AMHMZAC, AMAV), aerolíneas, universidades, organizadores de eventos y hoteles, así como con representantes de Gobierno, como Instituto Zacatecano de Cultura y la Junta de Protección y Conservación de Monumentos y Zonas Típicas del Estado, y los representantes del Consejo de Promoción Turística de México en el exterior (Tokio, Londres, París, Roma, Madrid, Berlín, Bogotá, Sao Paulo, Buenos Aires, Toronto, Montreal, Washington DC, Nueva York, Chicago, Los Ángeles, Houston, Atlanta y Miami).

Derivado de lo anterior y pensando siempre en el impacto en el consumidor-visitante como destinatario final y en tener un elemento clave para la diferenciación, se propusieron tres eslogans: *Deslumbrante*, *Joya de México* y *Brilla por sí sola*.

Se estableció Zacatecas ¡*Deslumbrante!* como la marca turística para el mercado nacional, con un slogan único, que no estaba siendo ni había sido utilizado por otro destino turístico y resultaba diferenciador para el estado de Zacatecas. A su vez, para los mercados internacionales, se estableció “*Dazzling!*” para el mercado de Estados Unidos



(la traducción al inglés de Deslumbrante), y “La Joya de México”, el slogan de uso para el resto del mundo; claro, adaptado a los diferentes idiomas. Estas adaptaciones estratégicas y homogéneas logran identificar al destino en un entorno global y competitivo, en una ubicación geográfica determinada.

El estimado que se ha invertido en la creación, desarrollo y mantenimiento de la marca rebasa los 100 millones de pesos. Aunque... para diseñar y lanzar una marca turística también se requieren otros recursos igual de importantes: uno de ellos es tiempo, para que ésta llegue a su madurez y logre la notoriedad y el reconocimiento máximos. Para que la marca Zacatecas ¡Deslumbrante! logre el posicionamiento definitivo, para que destaque de la competencia de marcas-destino del país, para que esté presente en la mente de cada uno de los consumidores al momento de decidir un viaje, se requiere de una inversión no nada más de recursos financieros, sino de un buen uso, una estrategia de promoción y, sobre todo, tiempo.

La marca turística, desde su lanzamiento en febrero del 2017, ha buscado ser un factor que contribuya a añadir credibilidad, identidad, valor a servicios, eventos o productos y ser un instrumento para el posicionamiento integral del estado de Zacatecas.

A través de la estrategia de marca, se ha buscado promover de manera adecuada los atractivos y zonas turísticas del

estado, impulsando así la diversificación y promoviendo la participación activa de los municipios y el sector turístico.



La marca turística ha sido el elemento a través del cual la Secretaría de Turismo del Estado de Zacatecas se ha comunicado con visitantes, turistas y clientes potenciales y ha encabezado el enfoque estratégico y las acciones necesarias para trasladar la promesa de marca a todos los grupos de interés.

En mercadotecnia turística, el posicionamiento de marca destino es fundamental y el elemento más crítico de todos los esfuerzos para el desarrollo turístico e incluso económico de un destino. La marca juega un papel clave en un entorno cada vez más competitivo.

Después de más de dos años, Zacatecas ¡Deslumbrante! ha logrado más de 500 millones de impactos a través de acciones de publicidad, presencia de marca, mercadotecnia digital, participación en ferias y eventos especializados y acciones promocionales; es decir, la marca ya está en una etapa de crecimiento en la que ya son evidentes los resultados: los clientes —visitantes potenciales y reales— reconocen la marca, pero, sobre todo, su posicionamiento como marca-destino.

Las estrategias de posicionamiento de marca buscan destacar un producto o servicio de su competencia para impulsar sus ventas. Eso es lo que una marca destino



H. LEGISLATURA
DEL ESTADO

busca: reconocimiento que destaque los atributos del estado, y con ello, incremente el número de visitantes, la ocupación hotelera y la derrama económica; es decir, que el sistema de desarrollo turístico funcione de manera integral, cobijado por una sola impronta: Zacatecas ¡Deslumbrante!

RESULTADOS

El sector terciario ha presentado a nivel global un comportamiento creciente de manera continua y constante.

Este sector económico abona en gran medida al desarrollo de las naciones, con la posibilidad de hacerlo ordenadamente y de manera sustentable para el beneficio de la población.

En este proceso entran en juego no solo factores de posesión de activos, sino de creatividad y profesionalización de los actores, lo que incide en que tanto familias como regiones se coordinen, asuman el reto, lo lleven a cabo y, con ello, aumenten la posibilidad de crecimiento económico.

Prueba de esto son aquellas naciones que, sin grandes recursos naturales, a través de la transformación y, el tema que nos atañe, la prestación de servicios han tenido no solo un crecimiento económico importante, sino una mejor distribución de la riqueza y un alto nivel de vida.

En este tenor, el turismo forma parte importante del sector servicios. A nivel mundial, de acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT), esta actividad genera:

- 10 % del PIB,
- 1 de cada 10 empleos,
- 7 % de las exportaciones y
- 30 % de las exportaciones de servicios.

Tomando como referencia el año 1999, el turismo ha tenido cada año, a excepción del 2008, un crecimiento constante. El registro más actualizado que presenta la OMT reporta un crecimiento del 7 % en las llegadas internacionales a nivel mundial. Esto nos muestra que la gente en todo el orbe tiene una mayor posibilidad de viajar, de realizar turismo y lo está haciendo.

México ha sido un protagonista sobresaliente dentro de la actividad turística en el mundo; en un inicio, con grandes atractivos turísticos tanto naturales como culturales, y actualmente con productos turísticos que satisfacen las necesidades del turista, del viajero del siglo XXI.

México ha logrado, con su potencial turístico, ubicarse en el 6° país con el mayor número de visitantes internacionales.



**H. LEGISLATURA
DEL ESTADO**

Por su naturaleza económica y su potencial social, la actividad turística nos presenta grandes retos ante la integración de diferentes jugadores, tanto destinos como regiones:

- *Descentralización de la actividad turística.*
- *Incremento en el número de visitantes.*
- *Incremento en la derrama económica generada por esta actividad.*

Actualmente, en el estado se han tenido buenos resultados en este ámbito. Refiriéndome al cierre del 2018, Zacatecas obtuvo:

- *Una ocupación hotelera promedio del 59.29 %. 4.88 puntos porcentuales más que en el 2017.*
- *683 538 turistas visitaron Zacatecas. 4.62 % turistas más que el 2017.*
- *Una derrama económica de \$1 614 130 000.00. 17.08% más que el 2017.*

De los anteriores, el rubro con mayor crecimiento es la derrama económica, con un 17.08 % de crecimiento. El turista que viene a Zacatecas gasta más, tiene más opciones para invertir su dinero y ello impacta de manera positiva en el flujo de efectivo en el estado.



H. LEGISLATURA
DEL ESTADO

El apoyo y acompañamiento a los Pueblos Mágicos del estado coadyuva a la descentralización de la actividad, así como la generación de experiencias turísticas en diferentes zonas del estado, como lo es el vuelo en globo en Jerez, el festival del Solsticio de Verano en Chalchihuites, el paseo en cuatrimotos en San Bernabé en Villanueva; por mencionar solamente algunos.

Lograr estos resultados conlleva un proceso comercial, un encadenamiento coordinado con canales de distribución de calidad anclados en una imagen adecuada y consistente con el producto ofrecido, una marca destino.

La marca Zacatecas ¡Deslumbrante! ha aportado a la generación de los resultados antes mencionados de una manera contundente, siendo un mensaje que ha permeado en los mercados que son de interés para el estado, mercados tanto nacionales como extranjeros.

En resumen, esta marca ha probado ser adecuada por tres razones principales:

- Su proceso de creación. El cual no solo fue altamente original y creativo, a partir del talento zacatecano y de la misma Junta de Protección y Conservación de Monumentos y Zonas Típicas del Estado de Zacatecas, sino que, además, siguió una metodología que incluyó grupos de trabajo con mercados potenciales y miembros del sector turístico de Zacatecas.*



- *Su constancia. Con una inversión de más de 100 millones de pesos a lo largo de dos años, la marca Zacatecas ¡Deslumbrante! ha permeado en los mercados de interés a través de la exposición y gracias a la cada vez mayor aceptación.*

- *Su reconocimiento en los mercados. Una prueba de esto es el reconocimiento a la campaña publicitaria que recibió Zacatecas*

¡Deslumbrante! por parte de una de las principales empresas comercializadora de destinos y experiencias a nivel internacional.

- *Su identificación apartidista. La marca Zacatecas ¡Deslumbrante!, por si misma, no comunica a través de su tipografía, mensaje, colores o contexto ninguna ideología partidista o de un sector específico relacionado con uno o varios gobiernos local, estatal o federal.*

Se habla del turismo como motor de desarrollo... Si se desea que Zacatecas obtenga los verdaderos beneficios de esta actividad, requiere consolidar su imagen hacia el exterior, diferenciarse y fijar su marca en la mente de las audiencias meta.

Asegurar, fortalecer e incrementar el posicionamiento del estado como destino turístico nacional e internacional es posible con una buena gestión de marca. Permitir que



Zacatecas ¡Deslumbrante! esté presente en el mercado durante al menos 25 años es parte de nuestro compromiso de trabajar unidos por Zacatecas.



**H. LEGISLATURA
DEL ESTADO**

CONSIDERANDOS

PRIMERO. COMPETENCIA.

Esta Comisión de Turismo fue la competente para analizar la iniciativa, así como para emitir el dictamen, de conformidad con lo establecido en los artículos 130, 131, fracción XXIX, 132 y 162 fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Legislativo del Estado de Zacatecas.

SEGUNDO. MARCO JURÍDICO EN MATERIA TURÍSTICA.

El impulso al turismo por parte del Estado mexicano es una práctica reciente. Con antelación a la reforma a la fracción XXIX-K del artículo 73 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, las políticas de impulso y promoción al turismo eran

casi inexistentes. Sin embargo, dicha reforma fue el punto de partida para el desarrollo turístico de México.



En su momento no tuvo la repercusión de otras modificaciones a la Carta Magna, pero los resultados son visibles y a tres lustros de que el Estado nacional comprendiera que el turismo es un motor de progreso y bienestar, la entrada de divisas por estas actividades han representado oxígeno puro para la generación de empleos y el desarrollo regional.

Ahora México se posiciona en el denominado top ten de los países más visitados del mundo, con un futuro prometedor que bien pudiéramos vislumbrar al país en pocos años dentro de los primeros cinco países con mayor flujo de turistas.

Para delimitar los ámbitos competenciales de los tres órdenes de gobierno, en el año 2009 se emitió la Ley General de Turismo, en la cual se dispone que los procesos que genera el turismo, representa una actividad prioritaria nacional que genera desarrollo social.

De esa forma, en dicho ordenamiento se establecen bases para que la –Federación, entidades federativas y los Municipios- optimicen la calidad y competitividad de los servicios turísticos, dejando a la Federación la formulación, conducción y evaluación de la política turística nacional y a los Estados lo relativo a la política local.

En esa tesitura, el artículo 9 de la citada Ley General señala lo mencionado a continuación:

Artículo 9. Corresponde a los Estados y a la Ciudad de México, de conformidad con lo dispuesto en esta Ley y las leyes locales en materia turística, las siguientes atribuciones:

IX. Instrumentar las acciones de promoción de las actividades y destinos turísticos con que cuenta;

En marzo de 2018 se publicó en el Periódico Oficial, Órgano del Gobierno del Estado la Ley de Turismo del Estado de Zacatecas, en la cual, como en su momento se expuso en el apartado de Valoración “La nueva ley tiene como objetivo, además de la armonización y actualización del marco normativo estatal con las disposiciones y figuras contenidas en la Ley General, la inclusión de



nuevas figuras jurídicas como **la promoción turística...**". Por ello, en su artículo 1º menciona



H. LEGISLATURA
DEL ESTADO

Artículo 1. *La presente Ley es de orden público, interés social y observancia general en el estado de Zacatecas y tiene por objeto establecer las bases para:*

I. *La planeación, programación, desarrollo, **promoción** y fomento del turismo, propiciando elevar los niveles económico, social y cultural de los habitantes;*

Asimismo, de acuerdo con la fracción XI del artículo 2 del citado ordenamiento se describe como promoción turística

Promoción Turística: El conjunto de actividades, estrategias y acciones de comunicación persuasiva, que tienen por objeto dar a conocer en los ámbitos regional, nacional e internacional los atractivos, el patrimonio y los servicios turísticos del estado;

En el proceso de análisis de esta nueva Ley de Turismo se señaló que



H. LEGISLATURA
DEL ESTADO

En relación a la Promoción Turística, se buscará la consolidación de una marca turística que permita, en todo momento, promocionar el turismo zacatecano dentro y fuera del país.

TERCERO. IMPORTANCIA DE LA MARCA PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA.

Como lo exponen los iniciantes, la marca “Zacatecas Deslumbrante” ya se ha posicionado a nivel local, nacional e internacional. El número de visitas es considerable y ha permitido posicionar a nuestra entidad federativa como un destino turístico importante.

Por ese motivo, coincidimos con los promoventes en que para tener un mayor impacto, es imprescindible contar con una marca turística que perdure en el tiempo para que llegue a su madurez y logre la notoriedad y el reconocimiento máximos.



Como lo mencionan, desde su lanzamiento en febrero del año 2017, ha buscado ser un factor que contribuya a añadir identidad para el posicionamiento de nuestra entidad. Por eso, este Colectivo dictaminador estima acertada la estrategia de la Secretaría de Turismo del Estado, de posicionar una sola impronta.

El premio otorgado en mayo de 2019 a nuestra entidad en el paradisíaco estado de Cancún Quintana Roo, por la “Mejor Campaña de Mercadotecnia Destino de Ciudad 2018”, es solo una muestra del éxito de la estrategia en promoción y mercadotecnia realizada por la Secretaría de Turismo del Estado.

CUARTO. GESTIÓN DE LA SECRETARÍA DE TURISMO DEL GOBIERNO DEL ESTADO ANTE EL INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL, PARA REGISTRAR LA MARCA “ZACATECAS DESLUMBRANTE”.

Con el objeto de darle la formalidad debida a la precitada marca, la Secretaría de Turismo en referencia procedió a registrarla, para lo cual el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial el 17 de abril de 2017 a través del Lic. Moisés Paulo Romero Cabrera, en su carácter de Coordinador Departamental de Examen de Marcas “C”, determinó, en lo que importa, lo siguiente:



“...El registro de referencia se otorga con fundamento en los artículos 1°, 2° fracción V, 6° fracción III, 125 y 126 de la Ley de la Propiedad Industrial.

*De conformidad con el artículo 95 de la Ley de la Propiedad Industrial, **el presente registro tiene una vigencia de diez años** contados a partir de la fecha de presentación...”*

QUINTO. OBJETO DE LA INICIATIVA.

En la iniciativa en estudio se propone reformar los artículos 42 y 43 de la citada Ley de Turismo, mismos que forman parte del Capítulo XV denominado “De la Promoción Turística”. La modificación a ambos numerales va encaminada a crear una marca turística que le genere al estado una identidad.

En el primero de los preceptos mencionados se plantea que dicha marca cuente con una vigencia, por lo menos, de veinticinco años. Sin embargo, en el transito se establece que la Secretaría tramitará ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial la renovación

de dicho registro en los términos de la Ley de la Propiedad Industrial y demás disposiciones aplicables.



H. LEGISLATURA
DEL ESTADO

SEXTO. IMPACTO PRESUPUESTARIO

A efecto de tener conocimiento sobre las implicaciones presupuestarias que representa la presente modificación y con ello, dar cumplimiento a lo previsto en los artículos 16 de la Ley de Disciplina Financiera de las Entidades Federativas y los Municipios; 18, 18 Bis, 18 Ter, 18 Quáter y 18 Quinquies de la Ley de Disciplina Financiera y Responsabilidad Hacendaria del Estado de Zacatecas y sus Municipios, en fecha 24 de octubre de este año, la Diputada Lizbeth Ana María Márquez Álvarez, en su carácter de Presidenta de la Comisión de Turismo, solicitó al Lic. Eduardo Yarto Aponte, Secretario de Turismo del Gobierno del Estado, emitiera la correspondiente Evaluación del Impacto Presupuestario.

Al efecto, la citada dependencia a través del oficio 964/2019 fechado el día 29 de octubre del año en curso, informó a esta Dictaminadora lo siguiente

*“...Considerando que esta Secretaría como parte de sus funciones llevó a cabo el registro de la marca **Zacatecas ¡Deslumbrante!** y su Diseño ante el Instituto Mexicano de*



la Propiedad Industrial (IMPI), realizando acciones tendientes a su uso y posicionamiento desde el año 2017 en material de promoción turística del Estado, y por tanto, para su uso por los Municipios con vocación turística sólo se requiere de la coordinación para ello; se desprende que, el contenido de dichas reformas no implican como tal un impacto presupuestal significativo a esta Secretaría. Por lo anterior, anexo al presente le remito el Formato respectivo sin ningún tipo de incidencia en materia presupuestaria.”

Asimismo, mediante Oficio no. CLT/88/UST/LXIII/2019 de fecha 5 de noviembre de 2019, la referida Presidenta de la Comisión de Turismo solicitó al M. en F. Jorge Miranda Castro, Secretario de Finanzas del Gobierno del Estado, en concordancia con las disposiciones legales señaladas, solicitaron la revisión de la Evaluación del Impacto Presupuestario, misma que fue contestada en los siguientes términos:

En atención a la solicitud presentada mediante Oficio no. CLT/88/UST/LXIII/2019; se lleva a cabo el presente dictamen en cumplimiento a los Artículos 18, 18 Bis, 18 Ter, 18 Quáter y 18 Quinquies de la Ley de Disciplina Financiera y Responsabilidad Hacendaria del Estado de

Zacatecas y sus Municipios; y Capítulos I Numeral 1.2; V, Numeral V.2, V.7; VI, Números V.1, VI.2 y VI.3 inciso a); de los Lineamientos.- Para la Evaluación y estimación del Impacto Presupuestario de los proyectos de iniciativas de Ley o Decretos que se Presenten a Consideración de la Legislatura del Estado y Demás Disposiciones Administrativas Emitidas por el Ejecutivo del Estado de Zacatecas; esta Dirección de Presupuesto dictamina: NO IMPLICA IMPACTO PRESUPUESTARIO LA “INICIATIVA DE REFORMA A LOS ARTÍCULOS 42 Y 43 DE LA LEY DE TURISMO DEL ESTADO DE Zacatecas”

L.C. ELBA SOCORRO DE LEÓN SANTILLÁN

De lo anterior se colige que la reforma no representa ningún incremento en el gasto, siendo que no se crean nuevas estructuras administrativas y, por lo tanto, no genera un impacto presupuestario.

Se estima que la reforma tiene un propósito laudable, porque apostarle a fortalecer la marca “Zacatecas Deslumbrante”, es apostarle a la generación de empleos dignos y al desarrollo de



nuestro estado, motivo por el cual aprobamos en sentido positivo el presente instrumento.



**H. LEGISLATURA
DEL ESTADO**

Por lo anteriormente expuesto y fundado y con apoyo además en lo dispuesto en los artículos 152 y 153 del Reglamento General del Poder Legislativo, en nombre del Pueblo es de Decretarse y se

DECRETA



**SE REFORMAN LOS ARTÍCULOS 42 Y 43 DE LA LEY DE
TURISMO DEL ESTADO DE ZACATECAS.**

Artículo único. Se reforma la fracción I del artículo **42** y se adiciona el párrafo tercero al artículo **43**, ambos de **la Ley de Turismo del Estado de Zacatecas**, para quedar como sigue:


Artículo 42. A fin de cumplir con los objetivos de la promoción y fomento del desarrollo turístico en el estado, la Secretaría deberá:

I. Crear una marca **turística** que le genere al estado una identidad, misma que será de carácter permanente y su vigencia **idónea y viable, por lo menos, 25 años para garantizar su posicionamiento y efectividad** en el mercado, así como fomentar el buen uso de la misma. **Dicha marca será utilizada por los municipios con vocación turística a efecto de que la promoción y desarrollo turístico sea uniforme en el estado;**

II. a X.

Artículo 43. ...

...



De igual manera, la Secretaría fortalecerá el uso de la marca “Zacatecas Deslumbrante” a efecto de potencializar al estado y consolidarlo como referente en el sector turístico; en caso de considerarse necesaria la modificación o evolución de la marca, se deberán realizar los estudios correspondientes a efecto de corroborar la idoneidad y viabilidad, acorde a su efectividad en el mercado conforme al Plan Estatal de Desarrollo, al Programa Prospectivo del Estado y al Programa Estatal de Turismo.

TRANSITORIOS

Artículo primero. El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Periódico Oficial Órgano del Gobierno del Estado de Zacatecas.

Artículo segundo. Para renovar el registro de dicha marca, la Secretaría de Turismo del Estado llevará a cabo los trámites ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, de acuerdo con la Ley de la Propiedad Industrial y otras disposiciones aplicables.

**COMUNÍQUESE AL EJECUTIVO DEL ESTADO
PARA SU PROMULGACIÓN Y PUBLICACIÓN.**



D A D O en la Sala de Sesiones de la Honorable Sexagésima Tercera Legislatura del Estado, a los diecisiete días del mes de diciembre del año dos mil diecinueve.

PRESIDENTE

DIP. PEDRO MARTINEZ FLORES

SECRETARIA

DIP. MA. ISABEL TRUJILLO MEZA



**I. LEGISLATURA
DEL ESTADO**

SECRETARIA

**DIP. KARLA DEJANIRA VALDEZ
ESPINOZA**