

2025-01-16

### Sedena invirtió 22.1 millones de pesos en promover el Tren Maya en ferias de turismo internacional, pero desconoce resultados

Autor: Alejandra Canchola

Género: Nota Informativa

<https://www.animalpolitico.com/politica/sedena-promocion-tren-maya-internacional>

Desde antes de ser inaugurado, el Tren Maya contó con una inversión de 22 millones 100 mil pesos para los stands que promocionaron el proyecto en ferias de turismo europeas, en ciudades como Madrid, Berlín y Londres, según documentos de la plataforma Compranet de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP). Sin embargo, no hay datos que permitan evaluar cuántos turistas se captaron con esta estrategia.

La Secretaría de la Defensa Nacional (Sedena) pagó esa cantidad a la empresa Creatividad y Espectáculos SA de CV en dos contratos, para la creación de cuatro stands entre noviembre de 2023 y junio de 2024 el arranque de las operaciones fue el 16 de diciembre de 2023. Pero los mismos fueron utilizados solo para la promoción del tren y no de otras atracciones turísticas del país.

Las ferias en las que el stand bautizado como "El domo de Kukulcán" participó fueron las siguientes:

- World Tourism Market (WTM) en Londres, Inglaterra, en noviembre de 2023
- Feria Internacional de Turismo (FITUR) en Madrid, España, en enero de 2024
- International Tourism Berlin (ITB) en Berlín, Alemania, en marzo de 2024
- Tianguis turístico de Acapulco, en México, en abril de 2024

En su informe de enero de 2023 a junio de 2024, el Tren Maya destacó que de su participación en ese tipo de eventos obtuvo mil 250 citas de negocios con proveedores internacionales y un tráfico de más de 14 mil 500 visitantes en los stands, pero no tiene datos sobre cuántas personas concretaron un viaje.

Para julio de 2024, el Tren Maya presentó su primer informe de actividades, donde destacó que solo había transportado a 2 mil 381 pasajeros internacionales. Para su primer año de operaciones, reportó 33 mil 547 pasajeros extranjeros, de las 603 mil 082 personas trasladadas al cierre de 2024.

Animal Político solicitó vía transparencia a la Sedena conocer el impacto en visitas e inversiones que tuvo ese gasto en ferias de turismo intencionales, pero en su respuesta con folio 330026424003268 aseguraron ser incompetentes en el tema y no solo eso, recomendaron preguntarle a un ente que no estuvo implicado en el gasto.

"Se le hace saber que la información que solicita no es competencia de esta Secretaría, por lo que se le sugiere canalizar su solicitud al Instituto de Seguridad Social para las Fuerzas Armadas (ISSFAM) por considerarlo de su competencia".

Tras extinción de ProMéxico: menor gasto, más opaco

Desde antes de tomar posesión, el expresidente Andrés Manuel López Obrador criticó el "gasto excesivo" que se daba a la promoción del turismo en México a través del fideicomiso ProMéxico, creado en el sexenio de Felipe Calderón.

Tan solo en el Ejercicio Fiscal 2019 a ProMéxico se le entregaron 327 millones de pesos. Aún así, el gasto era 65 % menor comparado con lo aprobado en el Presupuesto de Egresos de ese año, el último que se avaló en el sexenio de Enrique Peña Nieto pero que finalmente ejerció López Obrador.

En contraste, mientras la Sedena afirma ser incompetente para informar los resultados que se obtuvieron del gasto ejercido para promover al Tren Maya en ferias internacionales, ProMéxico rendía informes bimestrales sobre su gasto y detallaba el impacto en la promoción que se conseguía a través de estas participaciones.

Por ejemplo, en el informe sexenal de 2006 a 2012, ProMéxico detalló los montos invertidos en 46 oficinas y ferias de promoción turística, los motivos para invertir en ello y los resultados que tuvo de vuelta.

Respecto a 2012, precisó que gastó 58 millones 811 mil pesos en su participación en ferias internacionales, además de las antes mencionadas, ese año México tuvo presencia en ferias como la Colombiatex, Expocomer, Food & Hotel, Alimentaria Barcelona, Anuga, SIAL, Sweets and Snacks, New York International Gift y Médica.

Como resultado, ProMéxico destacó con cifras la inversión que países como Estados Unidos, España, Holanda y Canadá incrementaron en el país gracias a esas participaciones.

En su Primer Informe de Gobierno, en septiembre de 2019, López Obrador aseguró que "en ninguna (del mundo) parte existen oficinas ProAlemania, ProCanadá, ProFrancia", cuando habló de la desaparición de Proméxico, concretada ese mismo año en la Cámara de Diputados.

Cuatro millones por "el domo de Kukulkán"

El stand que dio arranque a la promoción del Tren Maya en el mundo fue el que la Sedena bautizó como "el domo de Kukulkán", de acuerdo con el contrato FTM/SEN/PTM/AD/040/2023, disponible en la plataforma Compranet y que tuvo un costo de 4 millones 150 mil pesos.

La construcción imitaba la representación de Kukulkán en una serpiente, así que la Sedena solicitó a Creatividad y Espectáculos SA de CV la creación de un domo en espiral con pantalla led que sirviera para proyectar contenido multimedia referente al Tren Maya.

Además, el stand debía contar con una mesa al centro que fuera interactiva y mostrara la ruta del Tren Maya para los posibles inversionistas. El domo era la principal atracción del pabellón mexicano en el World Tourism Market (WTM) de Londres.

Otro contrato por 17 millones 950 mil pesos, con la misma empresa, incluyó las adecuaciones al stand del Tren Maya para otras ferias, como la Feria Internacional de Turismo (FITUR) en Madrid, España; la International Tourism Berlin (ITB) en Berlín, Alemania; y el Tianguis turístico de Acapulco, en México.

Estas construcciones incluían más pantallas led, bancos y material impreso en vinil para seguir promocionando al Tren Maya en los pabellones de México, junto con otros destinos.

Pese a la millonaria inversión, ni la Sedena ni la Secretaría de Turismo ofrecieron vía transparencia resultados de dichas visitas al extranjero.

Gasto para promover el Tren Maya se recarga en Sedena

En 2024, la Sedena también registró el gasto de 30 millones 600 mil de pesos en el servicio de producción para la Estrategia anual de promoción y publicidad para el proyecto Tren Maya, misma que incluyó diseños de campaña, spots de televisión, cine minutos, spots de radio, jingle, artes gráficas, fotos y videos en general.

El contrato se celebró con el Instituto Politécnico Nacional (IPN), específicamente con las producciones de Canal Once y los servicios se ofrecieron de junio a noviembre de 2024.

Al no existir un fondo o fideicomiso especial para la promoción turística de este proyecto, es la Sedena, a través

de las empresas Tren Maya SA de CV, Fonatur Tren Maya SA de CV y más recientemente el Grupo Aeroportuario, Ferroviario, de Servicios Auxiliares y Conexos Olmeca Maya Mexica (GAFSACOMM), quien gasta su presupuesto en esos servicios.