

CONSEJO DE PROMOCION TURISTICA

ACUERDO por el que se modifica el Estatuto Orgánico del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Secretaría de Turismo.- Consejo de Promoción Turística.

ACUERDO POR EL QUE SE MODIFICA EL ESTATUTO ORGANICO DEL CONSEJO DE PROMOCION TURISTICA DE MEXICO, S.A. DE C.V.

RODOLFO LOPEZ NEGRETE COPPEL, en mi carácter de Director General Adjunto del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., con fundamento en la fracción XI del artículo 32 BIS, del Estatuto Orgánico de la Entidad Paraestatal en cita, procedo a dar cumplimiento al Acuerdo No. 16/04/2010, dictado por la Junta de Gobierno, en su Cuarta Sesión Ordinaria de fecha 15 de diciembre de 2010, que a letra dice:

ACUERDO 16/04/2010.- La Junta de Gobierno autoriza el Proyecto de Estructura e instruye al Director General Adjunto para llevar a cabo las gestiones necesarias, ante las instancias correspondientes para obtener la autorización y registro del ajuste integral de la nueva Estructura Organizacional del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., y a realizar las modificaciones y publicación en el Diario Oficial de la Federación del Estatuto Orgánico de esta entidad.

UNICO.- Se publican las reformas al Estatuto Orgánico del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., en sus artículos 6, fracción XII; 17, fracciones XXII y XXIII; 31, fracción II; 33; 34; 36, fracciones I y III; 37; 38; 40, fracciones I, II, IV, VIII, XII y XIII; 41 fracciones I, II, V, VIII, X, XI, XIV, XV, XVIII, XIX, XX, XXII, XXIV, XXV y XXVI; 42, fracciones I, XVI y XVIII; 43, fracciones I, IV, V, VI, VII, VIII, IX, X, XI; 44; 45; 46 fracciones I, II, VI, VII, VIII, IX, X y XII; 47; 48; 49, fracciones I, VI, VII, VIII, IX, X, XI, XII, XIII, XIV, XV, XVI, XVII y XVIII; 51; 52; 53; 55; 57 y 59 y se deroga el artículo 45 BIS, 48 BIS y 61, para quedar como sigue:

Artículo 6.-...

XII. Participar con la Secretaría y con las demás dependencias del Gobierno Federal, así como con los sectores social y privado en la elaboración del Registro Nacional de Turismo, y

Artículo 17.- ...

XXII. Otorgar poder al Director General y/o Director General Adjunto para que ejerza facultades de dominio, administración, pleitos y cobranzas en nombre del Consejo, en los términos más amplios que establece la legislación aplicable, conservando la Junta de Gobierno su ejercicio directo;

XXIII. Autorizar al Director General y/o Director General Adjunto, con las limitaciones que al efecto se señalen, para otorgar y revocar poderes generales y especiales a los servidores públicos del Consejo y/o a terceros, con las facultades que les correspondan a los mandatarios;

...

Artículo 31.- ...

II. Haber desempeñado cargos de alto nivel decisorio, cuyo ejercicio demuestre conocimiento y experiencia en materia administrativa y/o en el sector turismo no menor de cinco años;

Artículo 33.- Durante la ausencia del Director General, el despacho y resolución de los asuntos estará a cargo del Director General Adjunto, en caso de ausencia de ambos, el despacho y resolución de los asuntos estará a cargo del Director Ejecutivo designado por el Director General y/o del Director General Adjunto. Las ausencias de los titulares de las demás unidades administrativas serán suplidas por quien ellos designen.

Artículo 34.- La adscripción de las unidades administrativas, será de acuerdo a lo siguiente:

I. Dirección General

II. Dirección General Adjunta

II.1 Dirección Regional para Norteamérica

II.2 Dirección Regional para Europa Occidental

II.3 Coordinación de Planeación

II.4 Coordinación de Comunicación

II.5 Coordinación de Eventos Promocionales y Ferias

III. Dirección Ejecutiva de Mercadotecnia**III. 1** Coordinación de Mercadotecnia y Marcas**III. 2** Coordinación de Mercado en Línea y Relaciones Públicas**IV. Dirección Ejecutiva de Operación Comercial****IV. 1** Coordinación de Mercado y Socios**V. Dirección Ejecutiva de Turismo de Reuniones****VI. Dirección Ejecutiva de Administración y Finanzas****VII. Dirección Ejecutiva Jurídica**

Además, el Consejo contará con Direcciones, Direcciones Adjuntas, Gerencias, Subgerencias, Asistentes Técnicos Administrativos, Asistentes Técnicos de Promoción y/o homólogos, cuyas funciones, facultades, atribuciones y obligaciones se establecerán en el Manual de Organización correspondiente, y con el personal que sea necesario para el cumplimiento de los asuntos que le sean encomendados.

Artículo 36.- ...

I. Representar al Consejo y, en su caso, al Director General o al Director General Adjunto en eventos Nacionales o Internacionales que coadyuven a la promoción turística de México;

...

III. Promover la formación, desarrollo, actualización de conocimientos, competencias y evaluación de los servidores públicos adscritos a su unidad administrativa;

Artículo 37.- ...

I. Establecer previo acuerdo con el Director General Adjunto, el Plan de Mercadotecnia, el posicionamiento de los diversos productos turísticos en los mercados Nacional e Internacional y la ejecución de campañas de publicidad, así como la ejecución de campañas de Promoción Digital;

II. Promover la participación de los sectores público y privado en mecanismos de planeación estratégica de mercadotecnia, a través del Comité Técnico Especializado de la materia;

III. Evaluar y dar seguimiento a las estrategias de Marcas y de Promoción Digital, que deberán integrarse al Plan de Mercadotecnia;

IV. Determinar los servicios de mercadotecnia que requiera contratar el Consejo para el cumplimiento de sus objetivos;

V. Desarrollar e implementar, en el ámbito de su competencia, los servicios de mercadotecnia, con base en los requerimientos de las Direcciones Ejecutivas de Operación Comercial, de Turismo de Reuniones, así como de las Direcciones Regionales para Norteamérica y Europa Occidental;

VI. Autorizar, previo acuerdo con el Director General Adjunto, el posicionamiento de los diversos productos turísticos en los mercados Nacional e Internacional, medios publicitarios y la ejecución de las campañas de publicidad y de Promoción Digital;

VII. Establecer alianzas estratégicas con los medios de comunicación, Nacionales e Internacionales;

VIII. Autorizar la creatividad y los contenidos en materia de Publicidad Institucional;

IX. Determinar los proyectos de la Unidad Administrativa a su cargo, y proponer su presupuesto;

X. Colaborar en los planes y programas estratégicos de Mercadotecnia de los destinos;

XI. Evaluar el avance programático presupuestal de las campañas de publicidad institucional, e instrumentar los correctivos pertinentes que aseguren su debida ejecución, así como evaluar, en conjunto con la Dirección Ejecutiva de Operación Comercial, el avance relativo a los programas cooperativos con destinos y socios;

XII. Colaborar en la determinación de indicadores en materia de Mercadotecnia, que promuevan la productividad y eficiencia del Consejo;

XIII. Certificar documentos existentes en los archivos de la unidad administrativa a su cargo, cuando los mismos se refieran al despacho de asuntos competencia de la misma;

XIV. Evaluar las solicitudes de terceros para la utilización de la marca "MEXICO", y en su caso, autorizar el sublicenciamiento de la misma en términos de la guía de uso de marca, y

XV. Las demás que se establezcan en el presente Estatuto o que le señale el Director General Adjunto.

Artículo 38.- La Dirección Ejecutiva de Operación Comercial tendrá las siguientes facultades:

I. Establecer, previo acuerdo con el Director General Adjunto, la estrategia y lineamientos para la participación, seguimiento, evaluación y ejecución de programas cooperativos con Estados, Destinos y Socios Comerciales en los mercados Nacional e Internacional;

II. Evaluar y dar seguimiento a las estrategias de promoción con Estados, Destinos, alianzas con Socios Comerciales, así como de las oficinas del Consejo en el Exterior adscritas al área, que deberán integrarse al Plan de Mercadotecnia;

III. Planear con las Direcciones Ejecutivas de Mercadotecnia, Turismo de Reuniones, las Direcciones Regionales en el Exterior y las oficinas del Consejo bajo su adscripción, los proyectos y requerimientos técnicos para los programas cooperativos con Estados, Destinos y Socios Comerciales;

IV. Colaborar y conducir con los Estados, Destinos, Socios Comerciales e Industria Turística y no Turística, los servicios de mercadotecnia para la promoción turística alineados a los objetivos y estrategias del Consejo;

V. Evaluar en conjunto con la Dirección Ejecutiva de Mercadotecnia y las Direcciones del Consejo en el Exterior bajo su adscripción, el avance programático y presupuestal de los programas cooperativos con Destinos y Socios Comerciales;

VI. Colaborar en la determinación de indicadores en materia de programas cooperativos;

VII. Evaluar las solicitudes de terceros para la utilización de la marca "MEXICO", y en su caso, autorizar el sublicenciamiento de la misma en términos de la guía de uso de marca;

VIII. Autorizar la estrategia de promoción con Estados, Destinos, Socios Comerciales y Oficinas del Exterior bajo su adscripción para la ejecución de los programas cooperativos alineados a los objetivos del Consejo;

IX. Autorizar los programas de trabajo, acciones y mecanismos operativos y administrativos de las Oficinas del Consejo en el Exterior adscritas a ésta, para alinearlos a los objetivos y estrategias de la entidad;

X. Certificar documentos existentes en los archivos de la unidad administrativa a su cargo, cuando los mismos se refieran al despacho de asuntos competencia de la misma, y

XI. Las demás que se establezcan en el presente Estatuto o que le señale el Director General Adjunto.

Artículo 40.- ...

I. Establecer, previo acuerdo con el Director General Adjunto la estrategia para la promoción de las actividades relacionadas con el turismo de reuniones de manera conjunta con los sectores público y privado;

II. Evaluar y dar seguimiento a las estrategias de Turismo de Reuniones que deberán integrarse al Plan de Mercadotecnia;

...

IV. Alinear esfuerzos y estrategias que se realicen con destinos y socios para promover el turismo de reuniones, en coordinación con la Dirección Ejecutiva de Operación Comercial;

...

VIII. Evaluar los avances de los programas administrativos, señalar sus desviaciones y proponer los ajustes correspondientes;

...

XII. Evaluar las solicitudes de terceros para la utilización de la marca "MEXICO", y en su caso, autorizar el sublicenciamiento de la misma en términos de la guía de uso de marca, y

XIII. Las demás que se establezcan en el presente Estatuto o que le señale el Director General Adjunto.

Artículo 41.- ...

I. Establecer, previa aprobación del Director General Adjunto, los documentos normativos para la administración de los recursos humanos, financieros y materiales del Consejo;

II. Dirigir, en coordinación con las unidades administrativas, la elaboración del anteproyecto de presupuesto anual, con sujeción a los criterios que establezca la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y someterlo a la aprobación del Director General Adjunto;

...

V. Elaborar y proponer al Director General Adjunto las estrategias financieras del Consejo;

...

VIII. Evaluar los avances de los programas administrativos, señalar sus desviaciones y proponer los ajustes correspondientes;

...

X. Autorizar los anteproyectos de la estructura orgánica y ocupacional del Consejo y someterlos a consideración del Director General Adjunto;

XI. Conducir las políticas y lineamientos de acuerdo con las disposiciones vigentes y proponer criterios para la administración, desarrollo y evaluación del desempeño del personal del Consejo;

...

XIV. Dirigir, en coordinación con las unidades administrativas, la elaboración del proyecto del Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios y someterlo a aprobación del Director General Adjunto;

XV. Presidir los Comités de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios, de Mejora Regulatoria Interna, de Información, del Servicio Profesional de Carrera, de Bienes Muebles y el Comité Interno de Eficiencia Energética, así como los establecidos por las disposiciones aplicables;

...

XVIII. Proponer los Programas de Protección Civil y de Capacitación;

XIX. Celebrar en representación del Consejo, con la participación de las unidades administrativas que corresponda, contratos laborales, civiles y mercantiles, así como convenios para la operación de los servicios de mercadotecnia;

XX. Coordinar la integración de acciones de innovación, calidad, productividad, efectividad, transparencia y eficiencia en el Consejo, así como las de rediseño y mejora de los procesos sustantivos y de apoyo del Consejo;

...

XXII. Aprobar las excepciones a las políticas y los procedimientos administrativos internos en casos debidamente justificados, en los términos de la normatividad aplicable;

...

XXIV. Representar legalmente al Consejo en los términos de los poderes generales que le otorgue el Director General y/o Director General Adjunto;

XXV. Certificar documentos existentes en los archivos de la unidad administrativa a su cargo, cuando los mismos se refieran al despacho de asuntos competencia de la misma, y

XXVI. Las demás que se establezcan en el presente Estatuto o que le señale el Director General Adjunto.

Artículo 42.- ...

I. Asesorar jurídicamente al Director General, al Director General Adjunto y a las diversas unidades administrativas del Consejo;

...

XVI. Someter a consideración del Director General y/o Director General Adjunto, los anteproyectos de modificación o actualización del Estatuto y de los Manuales, Políticas, Lineamientos y demás documentos normativos internos, que se deriven de los procesos de mejora regulatoria;

...

XVIII. Las demás que se establezcan en el presente Estatuto o que le señale el Director General y/o Director General Adjunto.

Artículo 43.- ...

I. Recabar y analizar información Internacional y Nacional relevante sobre la economía, el mercado y el sector turístico, mediante la adquisición o contratación de bases de datos, estudios, encuestas, publicaciones, servicios de información en línea y otros medios que sean útiles para este propósito;

...

IV. Recopilar la información estratégica del Consejo;

V. Proporcionar información estratégica necesaria para la formulación del presupuesto;

VI. Solicitar a las unidades administrativas del Consejo la información necesaria para formular la planeación estratégica y la generación de indicadores estratégicos;

VII. Integrar y dar seguimiento conjuntamente con las unidades administrativas, a los indicadores de desempeño y de gestión alineados a los objetivos y metas estratégicas del Consejo;

VIII. Evaluar, en coordinación con las unidades administrativas correspondientes, los resultados de las campañas de publicidad y demás actividades promocionales;

IX. Autorizar, previo acuerdo con el Director General Adjunto la adquisición de los servicios de investigación, información y estudios de mercado;

X. Evaluar y dar seguimiento a la programación de actividades de inteligencia de mercado, y

XI. Las demás que se establezcan en el presente Estatuto o que le señale el Director General Adjunto.

Artículo 44.- La Coordinación de Mercadotecnia y Marcas tendrá las siguientes facultades:

I. Proponer las estrategias de promoción de marcas, segmentos, productos, destinos turísticos y comercialización a fin de apoyar la afluencia turística hacia el país;

II. Coordinar la participación de los sectores público y privado para fortalecer la planeación estratégica de mercadotecnia a través del Comité Técnico Especializado de la materia, otros instrumentos y acciones enfocadas a este objetivo;

III. Conducir, integrar y dar seguimiento a las estrategias de marcas que deberán integrarse al Plan de Mercadotecnia;

IV. Coordinar el diseño y creatividad para los servicios de mercadotecnia del Consejo en el ámbito de su competencia;

V. Promover el uso de la marca "MEXICO" en las diferentes acciones de promoción y publicidad del Consejo, así como vigilar su correcta aplicación;

VI. Definir la ejecución de campañas de publicidad;

VII. Colaborar en la determinación de indicadores en materia de Marcas y dar seguimiento a los mismos;

VIII. Elaborar y actualizar la guía de uso de la marca "MEXICO", y

IX. Las demás que se establezcan en el presente Estatuto o que señale el Director Ejecutivo de Mercadotecnia.

Artículo 45.- La Coordinación de Mercado en Línea y Relaciones Públicas tendrá las siguientes facultades:

I. Proponer las estrategias de promoción digital a fin de apoyar la afluencia turística hacia el país;

II. Coordinar la planeación estratégica de mercadotecnia digital para fortalecer la participación de los sectores público y privado a través del Comité Técnico Especializado en la materia;

III. Conducir, integrar y dar seguimiento al plan de promoción digital que deberá integrarse al Plan de Mercadotecnia;

IV. Supervisar el diseño y creatividad para los servicios de mercadotecnia del Consejo en el ámbito de su competencia;

V. Coordinar la producción y actualización de contenidos, para los servicios de mercadotecnia digital en el ámbito de su competencia;

VI. Promover el uso de la marca "MEXICO" en las diferentes acciones de promoción y publicidad del Consejo, así como vigilar su correcta aplicación en el ámbito de su competencia;

VII. Encausar el uso de las nuevas tecnologías de información digital en apoyo a la promoción y comercialización competitiva de la oferta turística del país;

VIII. Coordinar la ejecución de campañas de publicidad, por medio de acciones de mercadotecnia digital e Internet;

IX. Proponer y supervisar los criterios para la selección de proveedores de servicios en línea;

X. Colaborar en la determinación de indicadores en materia de mercadeo digital y dar seguimiento a los mismos;

XI. Coordinar la supervisión técnica y administrativa del cumplimiento de las obligaciones contractuales de los servicios de mercadotecnia en el ámbito de su competencia;

XII. Coordinar la instrumentación de los documentos normativos para la administración de los recursos tecnológicos del Consejo;

XIII. Coordinar el desarrollo y uso de las plataformas tecnológicas necesarias para el cumplimiento de los objetivos y metas del Consejo, de conformidad con las disposiciones jurídicas aplicables a la materia;

XIV. Fungir como enlace para coordinar los mecanismos, condiciones y acciones que involucran los programas cooperativos desarrollados por las oficinas en el exterior;

XV. Proporcionar a la Coordinación de Comunicación los mecanismos y herramientas necesarios para la difusión de las acciones de Relaciones Públicas en el ámbito de su competencia, y

XVI. Las demás que se establezcan en el presente Estatuto o que señale el Director Ejecutivo de Mercadotecnia.

Artículo 45 BIS.- Derogado

Artículo 46.- ...

I. Desarrollar e integrar las estrategias de Comunicación del Consejo al Plan de Mercadotecnia así como dar seguimiento a las acciones de comunicación implementadas por la Dirección General Adjunta en los diversos mercados de cobertura, en el ámbito de su competencia;

II. Supervisar la integración del Programa Anual de Trabajo de la Coordinación, para el desarrollo de sus funciones, en el ámbito de su competencia;

...

VI. Coparticipar en el diseño y ejecución de las campañas de publicidad institucional que realice el Consejo, mediante estrategias de comunicación, difusión y mercadotecnia alineadas, para dar a conocer los productos y destinos de México;

VII. Establecer la integración y mecanismos de coordinación necesarios entre las agencias de comunicación y relaciones públicas, los destinos y socios comerciales para el desarrollo de estrategias de comunicación que permitan garantizar la presencia de la Marca "MEXICO" y de las acciones del sector en los diversos mercados de cobertura;

VIII. Establecer los requisitos técnicos para la contratación de los servicios de comunicación y relaciones públicas y coordinar las acciones derivadas de dicha contratación;

IX. Apoyar la conducción de las campañas y eventos del Consejo, alineadas a las directrices establecidas en el Plan de Mercadotecnia;

X. Alinear las actividades de la Unidad Administrativa a su cargo, a las estrategias y lineamientos que el Director General Adjunto determine;

...

XII. Las demás que se establezcan en el presente Estatuto, o que le señale el Director General Adjunto.

Artículo 47.- La Coordinación de Mercado y Socios tendrá las siguientes facultades:

I. Definir y difundir la estrategia y lineamientos para conducir las alianzas con socios;

II. Conducir, integrar y dar seguimiento a la estrategia de desarrollo con socios comerciales, que deberán integrarse al Plan de Mercadotecnia;

III. Coordinar y autorizar la integración de nuevos socios con Estados y Destinos y consolidar los ya existentes;

IV. Colaborar en la determinación de indicadores en materia de Desarrollo de Socios, que promuevan la productividad y eficiencia del Consejo;

V. Establecer estrategias con Estados, Destinos y Socios Comerciales para maximizar los recursos a través de programas cooperativos (multipartitos);

VI. Impulsar y monitorear la promoción turística mediante la implementación de programas cooperativos con Estados, Destinos y Socios;

VII. Desarrollar y reforzar la comunicación y negociación entre el Consejo y los Estados, Destinos y Socios para propiciar una relación de coordinación, y

VIII. Las demás que se establezcan en el presente Estatuto o que le señale el Director Ejecutivo de Operación Comercial.

Artículo 48.- La Coordinación de Eventos Promocionales y Ferias tendrá las siguientes facultades:

I. Coordinará la participación en Ferias y Eventos Nacionales e Internacionales, que promuevan y fomenten los atractivos y servicios turísticos de México;

II. Coparticipar en la elaboración de la planeación estratégica, a través de proyectos y propuestas en materia de eventos promocionales y ferias Nacionales e Internacionales;

III. Planear y Coordinar la ejecución del Tianguis Turístico;

IV. Dirigir la habilitación, montaje y desmontaje del pabellón de México en las Ferias y Eventos Nacionales e Internacionales;

V. Coadyuvar en la promoción turística mediante la participación en Ferias y Eventos Nacionales e Internacionales;

VI. Coordinar los proyectos de comercialización de ferias y eventos;

VII. Coordinar activaciones y acciones promocionales de la Marca "MEXICO" en distintos eventos;

VIII. Coadyuvar con las Oficinas en el Exterior en la participación del Consejo en eventos promocionales y ferias;

IX. Coordinar activaciones de promoción en mercados emergentes alineados a la estrategia del Consejo;

X. Elaborar el Programa Anual de ferias y eventos que deberá integrarse al Plan de Mercadotecnia;

XI. Establecer los requisitos técnicos para la contratación de los servicios de montaje y desmontaje de los pabellones de México en las ferias y eventos Nacionales e Internacionales;

XII. Establecer mecanismos de trabajo con los destinos, estados y socios comerciales que permitan la optimización de los recursos por medio de la plataforma que representan los pabellones de México en ferias y eventos promocionales;

XIII. Colaborar en la determinación de indicadores que promuevan la productividad y eficiencia en materia de evaluación de ferias y eventos, y

XIV. Las demás que se establezcan en el presente Estatuto o que le señale el Director General Adjunto.

Artículo 48 BIS.- Derogado.

Artículo 49.-...

I. Representar legalmente al Consejo en los términos de los poderes generales que le otorgue el Director General y/o Director General Adjunto;

...

VI. Coordinar, en el ámbito de su competencia, la operación de las Oficinas en el Exterior;

VII. Proponer alianzas estratégicas con entidades del sector público y privado;

VIII. Consolidar, proponer y controlar los presupuestos de las Direcciones en el Exterior de su región;

IX. Celebrar en representación del Consejo, con la participación de las unidades administrativas que corresponda, contratos y convenios para la operación de programas de promoción turística;

X. Someter a consideración del Director General Adjunto, la estrategia de promoción comercial a ejecutar por las oficinas en el exterior y dar seguimiento a la misma;

XI. Coordinar, dirigir, aprobar y supervisar los planes, y programas de las Oficinas en el exterior a su cargo;

XII. Evaluar el Plan de mercados de su cobertura, incluido en el Plan de Mercadotecnia;

XIII. Colaborar con las Direcciones Ejecutivas de Mercadotecnia, de Operación Comercial, y de Turismo de Reuniones, en la determinación de los requerimientos técnicos de los servicios de mercadotecnia en el ámbito de su competencia;

XIV. Proponer a la Coordinación de Ferias y Eventos Promocionales sobre la participación del Consejo en ferias y eventos turísticos internacionales;

XV. Colaborar en la determinación de indicadores en el ámbito de su competencia, que promuevan la productividad y eficiencia del Consejo;

XVI. Certificar documentos existentes en los archivos de la unidad administrativa a su cargo, cuando los mismos se refieran al despacho de asuntos competencia de la misma;

XVII. Dar seguimiento a la ejecución de los contratos de relaciones públicas en coordinación con las Direcciones Ejecutivas de Mercadotecnia y de Operación Comercial, y

XVIII. Las demás que se establezcan en el presente Estatuto o que le señale el Director General, Director General Adjunto y/o Directores Ejecutivos.

Artículo 51.- El órgano de vigilancia del Consejo estará integrado por un Comisario Público Propietario y un Suplente, designados por la Secretaría de la Función Pública, de conformidad con lo establecido en el artículo 37 fracción XI de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 63 de la Ley de Entidades, 29 del Reglamento de la Ley de Entidades y 76 del Reglamento Interior de la Secretaría de la Función Pública; y tendrán las atribuciones establecidas en el artículo 30 del Reglamento de la Ley de Entidades.

Artículo 52.- Los Comisarios Públicos fungirán como Órgano de Vigilancia y Evaluación del Consejo, quienes asistirán a las sesiones de la Asamblea General de Accionistas y de la Junta de Gobierno con voz pero sin voto, de conformidad con lo establecido en el artículo 29 del Reglamento de la Ley de Entidades.

Artículo 53.- El Consejo contará con un Órgano Interno de Control, el cual estará a cargo de un Titular designado en los términos del artículo 37, fracción XII, de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, y el segundo párrafo del artículo 76 del Reglamento Interior de la Secretaría de la Función Pública, quien en el ejercicio de sus facultades se auxiliará por los titulares de las áreas de Responsabilidades y Quejas, Auditoría Interna y Auditoría para Desarrollo y Mejora de la Gestión Pública designados en los mismos términos.

Los servidores públicos a que se refiere el párrafo anterior, ejercerán, en el ámbito de sus respectivas competencias, las facultades previstas en la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, la Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos y los demás ordenamientos legales y administrativos aplicables, conforme a lo previsto en los artículos 79 y 80 del Reglamento Interior de la Secretaría de la Función Pública.

Los recursos humanos, financieros, materiales y tecnológicos que emplee el Órgano Interno de Control serán a cargo del Consejo;

Artículo 55.- Las ausencias del Titular del Órgano Interno de Control, así como las de los Titulares de las áreas de Responsabilidades y Quejas, Auditoría Interna y Auditoría para Desarrollo y Mejora de la Gestión Pública, serán suplidas conforme a lo previsto por el artículo 88 del Reglamento Interior de la Secretaría de la Función Pública.

TITULO SEXTO

ORGANOS COLEGIADOS

Capítulo Único

De los Comités o Subcomités Técnicos Especializados

Artículo 57.- En todos los casos los Comités o Subcomités Técnicos Especializados que se constituyan deberán presentar a la Junta de Gobierno un informe de los resultados de su actuación.

Artículo 59.- La Junta de Gobierno aprobará la integración y registro de los Comités o Subcomités Técnicos Especializados que al efecto se constituyan.

Artículo 61.- Derogado

TRANSITORIO

UNICO.- En relación con los artículos 32, fracción XIX, 32 BIS fracción XVIII, 34 y 42 fracción XVI del presente Estatuto Orgánico del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.; deberán actualizarse los instrumentos normativos necesarios para la operación y funcionamiento de la Entidad.

México, D.F., a 13 de febrero de 2012.- El Director General Adjunto del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., **Rodolfo López Negrete Coppel**.- Rúbrica.

(R.- 341896)