

## CONSEJO DE PROMOCION TURISTICA DE MEXICO

**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 de México, S.A. de C.V.

ACUERDO POR EL QUE SE MODIFICA EL ESTATUTO ORGÁNICO DEL CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.

HÉCTOR FLORES SANTANA, en mi carácter de Director General del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., con fundamento en la fracción XII del artículo 59 de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales, procedo a dar cumplimiento al Acuerdo No. 10/03/2017, dictado por la Junta de Gobierno, en su Tercera Sesión Ordinaria de fecha 13 de septiembre de 2017, que a letra dice:

“**ACUERDO 10/03/2017.-** Con fundamento en los artículos 58, fracción VIII de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales y 17 fracción VIII del Estatuto Orgánico del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., la Junta de Gobierno aprueba las modificaciones al Estatuto Orgánico de la Entidad y ordena su publicación en el Diario Oficial de la Federación.”

**ÚNICO.-** Se publican las reformas al Estatuto Orgánico del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., para **modificar** los artículos 32, numeral IV. 1; la denominación del capítulo II; primer párrafo del 34; 40 fracción IV; 41, fracciones XIV, XV, XVI y XVIII; 43 fracciones I, II, III, IV, VIII, IX, X, XI y XII; 44 fracciones I, X y XI; 47, fracciones I, II, III, IV, V, VI, VII, VIII, IX y X; la denominación del Capítulo VIII; primer párrafo del 51; primer párrafo del 52; **adicionar** el numeral I.3 del artículo 32; el artículo 35 Ter; las fracciones VIII, IX y X del artículo 40 y recorrer el contenido de la actual fracción VIII a la XI; las fracciones XXI, XXII y XXIII del artículo 41 y recorrer el contenido de la actual fracción XXI a la XXIV; la fracción XIX del artículo 42 y recorrer el contenido original a la fracción XX; la fracción XIII del artículo 43 y recorrer la actual fracción XIII a la fracción XIV; 47 fracciones XI, XII, XIII, XIV, XV, XVI, XVII, XVIII, XIX, XX, XXI, XXII, XXIII, XXIV y XXV; y **derogar** la fracción XII del artículo 2; el numeral IV.1.1, del artículo 32; la fracción VII del artículo 39; la fracción II del artículo 44; el artículo 46; las fracciones I a la XIV del artículo 51; para quedar como sigue:

**Artículo 2.- ...**

**XII.** (Se deroga).

...

**Artículo 32.- ...**

**I. ...**

**I.1. ...**

**I.2. ...**

**I.3.** Dirección Ejecutiva de Vinculación con la Industria.

...

**IV.1.** Coordinación Ejecutiva de Evaluación y Seguimiento de Oficinas de Representación.

**IV.1.1** (Se deroga).

...

### Capítulo II

**De las Direcciones Generales Adjuntas, Direcciones Ejecutivas y Coordinaciones Ejecutivas,**

#### Disposiciones Generales

**Artículo 34.-** Los Directores Generales Adjuntos, Directores Ejecutivos, y Coordinadores Ejecutivos independientemente de las facultades y funciones específicas de cada una de las áreas señaladas, tendrán las siguientes de carácter general, en el ámbito de su competencia:

**I. ...**

**Artículo 35 Ter.-** La Dirección Ejecutiva de Vinculación con la Industria tendrá las siguientes facultades:

**I.** Conducir los Programas Especiales que le asigne la Dirección General y autorizar en coordinación con las unidades administrativas del Consejo las acciones necesarias para su desarrollo ante las Entidades y Dependencias Públicas, y Entidades y organizaciones privadas de la Industria Turística y no Turística;

- II. Proponer en coordinación con la Dirección Ejecutiva de Mercadotecnia la campaña nacional de posicionamiento para los Programas Especiales en que se determine su necesidad, en la que se deberá considerar la información disponible relativa al aspecto aspiracional de los segmentos de la población en México con el fin de promover el mercado turístico interno, local y nacional;
- III. Establecer acciones de fortalecimiento de las economías locales a través de la promoción de la implementación de esquemas de “cadenas de valor” con la participación de instituciones, dependencias y entidades del sector turístico y vinculado, público y privado y social, nacional, estatal y municipal;
- IV. Proponer en coordinación con la Dirección Ejecutiva de Mercadotecnia el contenido de las páginas web, medios impresos y digitales que se utilicen para el posicionamiento de los Programas Especiales;
- V. Autorizar los lineamientos para la participación de los prestadores de servicios turísticos en los Programas Especiales;
- VI. Colaborar en la realización de estudios e investigaciones de mercado, de conformidad con su ámbito de competencia;
- VII. Proponer a la Dirección General la implementación de Acuerdos y realizar acciones de sensibilización con instituciones financieras, públicas o privadas, para que generen productos financieros preferenciales que faciliten al turista nacional la adquisición de paquetes turísticos;
- VIII. Evaluar y autorizar, previo acuerdo con la Dirección General, la suscripción de Acuerdos con los sectores público, privado y social para integrar su participación en los Programas Especiales y/o las acciones para el fortalecimiento y desarrollo de la industria y el mercado turísticos locales, establecidos, incipientes y potenciales;
- IX. Emitir los informes que se rindan de forma periódica y específica, a la Dirección General del Consejo, al Órgano de Gobierno del Consejo, a la Dependencia Coordinadora de Sector o a cualquiera otra instancia que, respecto de los avances, resultados obtenidos o cualquiera otro aspecto de los Programas Especiales o en el ámbito de su competencia, le sea solicitado;
- X. Proponer, en coordinación con la Dirección Ejecutiva de Promoción, la estrategia y los lineamientos para la participación, evaluación y ejecución de Programas Cooperativos dirigidos al mercado nacional;
- XI. Acordar con la Dirección General la participación en ferias y eventos turísticos nacionales para promover los programas de su competencia;
- XII. Coordinar y vincular a los Estados, Destinos, Socios Comerciales, así como la Industria, Cámaras y Asociaciones Turísticas y no Turísticas, para dar seguimiento a las estrategias establecidas para el cumplimiento de los Programas Especiales; y
- XIII. Las demás que se establezcan en el presente Estatuto o que le señale el Director General del Consejo.

...

**Artículo 39.- ...**

- VII. (Se deroga).

...

**Artículo 40.- ...**

- IV. Proponer a la Dirección Ejecutiva de Mercadotecnia materiales para la ejecución de planes de medios, en apoyo al plan de promoción de México de acuerdo a las necesidades y solicitudes de las áreas del Consejo;

...

- VIII. Coordinar la presencia de la marca “MÉXICO” y sus destinos turísticos en eventos de alto impacto publicitario que permita posicionar la marca enfocándose en productos y/o segmentos específicos;
- IX. Elaborar y actualizar la guía de uso de la marca “MÉXICO”;
- X. Coordinar la participación de los sectores público y privado para fortalecer la planeación estratégica de mercadotecnia a través del Comité Estratégico de Mercadotecnia;
- XI. Las demás que se establezcan en el presente Estatuto o que le señale el Director General Adjunto de Mercadotecnia y Promoción.

**Artículo 41.- ...**

- XIV.** Dar seguimiento y coadyuvar en la ejecución de las acciones de relaciones públicas en coordinación con las unidades administrativas que correspondan;
- XV.** Informar a las unidades administrativas operativas las estrategias y planes de mercadotecnia;
- XVI.** Dirigir la integración del Programa Anual de Trabajo de la Dirección Ejecutiva de Mercadotecnia;
- ...
- XVIII.** Apoyar la conducción de las políticas de información, difusión y comunicación del Consejo;
- ...
- XXI.** Proponer al Director General Adjunto de Mercadotecnia y Promoción los manuales de procedimientos específicos de las unidades administrativas a su cargo;
- XXII.** Dirigir la integración, a través de las unidades administrativas a su cargo, de información y documentación necesarias para la elaboración de informes o reportes internos y externos;
- XXIII.** Supervisar y controlar, en el ámbito de su competencia, la ejecución de los servicios de mercadotecnia para el logro de los objetivos institucionales, y
- XXIV.** Las demás que se establezcan en el presente Estatuto o que señale el Director General Adjunto de Mercadotecnia y Promoción.

**Artículo 42.- ...**

- XIX.** Coordinar de manera general el Tianguis Turístico, y
- XX.** Las demás que se establezcan en el presente Estatuto o que señale el Director General Adjunto de Mercadotecnia y Promoción.

**Artículo 43.- ...**

- I.** Evaluar en conjunto con las Coordinaciones de Mercadotecnia Digital; de Mercadotecnia, y la Coordinación Ejecutiva de Evaluación y Proyectos de Oficinas de Representación, el avance programático y presupuestal de los Programas Cooperativos con Destinos y Socios Comerciales;
- II.** Colaborar en la determinación de indicadores en materia de Programas Cooperativos;
- III.** Evaluar los planes de medios de los Programas Cooperativos, sus creatividades, costos y tarifas, volumen de los trabajos, tiempos de transmisión y/o comunicación, así como su impacto, alcance y frecuencia;
- IV.** Supervisar el avance programático y presupuestal de las campañas de promoción turística;
- ...
- VIII.** Coordinar la estrategia para la integración de nuevos Socios Comerciales con Estados y Destinos y consolidar los ya existentes;
- IX.** Colaborar en la determinación de indicadores en materia de desarrollo de Socios Comerciales, que promuevan la productividad y eficiencia del Consejo.
- X.** Establecer estrategias con Estados, Destinos y Socios Comerciales para maximizar los recursos a través de Programas Cooperativos (multipartitos);
- XI.** Monitorear la promoción turística mediante la implementación de Programas Cooperativos con Estados, Destinos y Socios Comerciales;
- XII.** Desarrollar y reforzar la comunicación y negociación entre el Consejo y los Estados, Destinos y Socios Comerciales para propiciar una relación de coordinación;
- XIII.** Participar en la coordinación de ferias y eventos nacionales, y
- XIV.** Las demás que se establezcan en el presente Estatuto o que le señale el Director Ejecutivo de Promoción.

**Artículo 44.- ...**

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

II. (Se deroga).

...

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

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

...

**Artículo 46.-** (Se deroga).

**Artículo 47.-** La Coordinación Ejecutiva de Evaluación y Seguimiento de Oficinas de Representación dependerá funcionalmente de la Dirección General Adjunta de Administración y Coordinación Internacional y tendrá las siguientes facultades:

- I. Representar legalmente al Consejo en los términos de los poderes generales que le otorgue el Director General;
- II. Fungir como enlace entre las unidades administrativas centrales y las agencias que contrate el Consejo para el desarrollo de sus actividades sustantivas;
- III. Proponer alianzas estratégicas con entidades del sector público y privado;
- IV. 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;
- V. Desarrollar, proponer e implementar, previo acuerdo con el Director General Adjunto de Administración y Coordinación Internacional, planes, programas, estrategias, lineamientos y actividades de publicidad y promoción que realizará el Consejo por conducto de sus Oficinas de Representación en el Exterior;
- VI. Evaluar y coordinar los programas instrumentados por las Direcciones de las Oficinas de Representación en el Exterior en las diferentes regiones del mundo;
- VII. Transmitir y supervisar a las oficinas en la cadena de valor de todo el proceso de desarrollo estratégico del Plan de Mercadotecnia y del Programa de Promoción;
- VIII. Proponer al Director General Adjunto de Administración y Coordinación Internacional, el establecimiento o modificación de instalaciones, cambios de circunscripción, estructura orgánica y funciones de las Oficinas de Representación en el Exterior;
- IX. Consolidar, proponer y supervisar los presupuestos de las Oficinas de Representación en el Exterior;
- X. Someter a consideración del Director General Adjunto de Administración y Coordinación Internacional, la estrategia de promoción comercial a ejecutar por las Oficinas de Representación en el exterior y dar seguimiento a la misma;
- XI. Validar y proponer, previo acuerdo con la Dirección General Adjunta de Administración y Coordinación Internacional la participación del Consejo en eventos y ferias, planteadas por las Oficinas de Representación;
- XII. Colaborar con la Dirección Ejecutiva de Planeación y Evaluación en la determinación de indicadores en el ámbito de su competencia, que promuevan la productividad y eficiencia del Consejo;
- XIII. Coordinar a los Directores de las oficinas de representación en el seguimiento a la ejecución de los contratos de relaciones públicas en el ámbito de su competencia;
- XIV. 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;
- XV. Supervisar y dar seguimiento a los indicadores y estrategias elaborados por la Dirección de Turismo de Reuniones;
- XVI. Establecer, previo acuerdo con el Director General Adjunto de Administración y Coordinación Internacional la estrategia para la promoción de las actividades relacionadas con el turismo de reuniones de manera conjunta con los sectores público y privado;
- XVII. Supervisar y dar seguimiento a las estrategias de Turismo de Reuniones que deberán integrarse al Plan de Mercadotecnia;

- XVIII.** Alinear esfuerzos y estrategias que se realicen con Destinos y Socios para promover el turismo de reuniones;
- XIX.** Proponer las negociaciones y alianzas estratégicas en materia de turismo de reuniones, con las asociaciones gremiales nacionales e internacionales;
- XX.** Apoyar la postulación de México como sede de Congresos y Eventos Internacionales a través de la Dirección de Turismo de Reuniones;
- XXI.** Elaborar, a través de la Dirección de Turismo de Reuniones, los indicadores en la materia que promuevan la productividad y eficiencia del Consejo;
- XXII.** Detectar y aprovechar oportunidades para posicionar a México dentro de la industria de reuniones a nivel global;
- XXIII.** Determinar y proponer nuevos proyectos en las Oficinas de Representación, con base en las condiciones específicas de los mercados;
- XXIV.** Dar seguimiento a las estrategias de carácter regional alineadas al Plan de Mercadotecnia y el Programa de Promoción, y
- XXV.** Las demás que se establezcan en el presente Estatuto o que le señale el Director General o Director General Adjunto de Administración y Coordinación Internacional.

...

### Capítulo VIII

#### **Del personal adscrito a las Oficinas de Representación en el Exterior y del Titular de la Coordinación Ejecutiva de Evaluación y Seguimiento de Oficinas de Representación**

**Artículo 51.-** Las Oficinas de Representación en el Exterior estarán adscritas a la Coordinación Ejecutiva de Evaluación y Seguimiento de Oficinas de Representación.

- I.** (Se deroga).
- II.** (Se deroga).
- III.** (Se deroga).
- IV.** (Se deroga).
- V.** (Se deroga).
- VI.** (Se deroga).
- VII.** (Se deroga).
- VIII.** (Se deroga).
- IX.** (Se deroga).
- X.** (Se deroga).
- XI.** (Se deroga).
- XII.** (Se deroga).
- XIII.** (Se deroga).
- XIV.** (Se deroga).

**Artículo 52.-** El personal adscrito a las Oficinas de Representación en el Exterior y el Titular de la Coordinación Ejecutiva de Evaluación y Seguimiento de Oficinas de Representación, tendrán el carácter de personal asimilado al Servicio Exterior Mexicano, conforme al artículo 8 de la Ley del Servicio Exterior Mexicano.

### TRANSITORIO

**ÚNICO.-** El presente Acuerdo entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Dado en la Ciudad de México, a los veintisiete días del mes de noviembre de dos mil diecisiete.- El Director General del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., **Héctor Flores Santana**.- Rúbrica.

(R.- 459914)