

CONVOCATORIA

La Secretaría de Turismo, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 42 fracción I de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal ; 2 fracción VIII de la Ley Federal de Turismo; 11 fracciones I, VII, VIII, IX, X y XI y 17 fracciones II y V del Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo, convocan a aquellos interesados en obtener el **RECONOCIMIENTO A LA DIVERSIFICACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO MEXICANO 2019**, acción que se vincula al impulso y desarrollo competitivo de nuevos productos turísticos.

Esta distinción se otorga con la finalidad de reconocer las iniciativas que han contribuido a la diversificación e innovación del producto turístico nacional y a generar una mayor captación de turistas en los destinos turísticos del país. Dichos reconocimientos se entregarán de acuerdo con las siguientes:

BASES

1. Podrán participar las autoridades estatales y municipales, así como las comunidades, empresas y organizaciones de la sociedad civil, que hayan contribuido a la diversificación e innovación del producto

2. El reconocimiento se otorga en las siguientes categorías:

- 2.1 Producto de Turismo Cultural
- 2.2 Producto de Turismo Gastronómico
- 2.3 Producto de Turismo de Naturaleza
- 2.4 Producto de Turismo de Reuniones
- 2.5 Producto de Turismo Médico
- 2.6 Producto de Turismo de Cruceros
- 2.7 Producto de Turismo de Romance (Bodas)
- 2.8 Producto de Turismo Premium (Lujo)

2.9 Producto de Turismo dirigido al segmento LGTB

2.10 Turismo de Producto Deportivo

2.11 Producto de Turismo Social orientado al segmento de Jóvenes

2.12 Producto de Turismo Social orientado a los segmentos de Adultos Mayores y Personas con Discapacidad.

Las propuestas que se presenten deberán observar, por categoría, las siguientes características:

2.1 Turismo Cultural

El producto puede ser cualquier actividad turística que se haya comercializado en el mercado por al menos tres años consecutivos y que facilite explícitamente el conocimiento, la apreciación y la valoración del patrimonio cultural e histórico.

El producto debe ser una oferta novedosa y diferente en el destino donde se opera, vinculada al Turismo Urbano y de poblaciones típicas, Arqueológico y Religioso.

El producto debe mostrar claramente criterios de calidad, innovación y sustentabilidad, mismos que deberán describirse.

El producto debe contar con una evaluación cuantitativa de los logros obtenidos en el último año de operación y prever un plan de acción para su desarrollo en el largo plazo con metas claras.

La operación del producto debe ser ejemplo de una práctica exitosa que ofrezca una experiencia única, tanto para el mercado nacional como para el extranjero.

La empresa debe disponer de un espacio electrónico propio de consulta, promoción y comercialización del producto.

El producto debe haber contribuido al incremento de visitantes, a la generación de empleo local o al desarrollo de empresas locales y que el participante cuente con indicadores al respecto.

El producto debe considerar el involucramiento de la comunidad receptora, presentado evidencias al respecto.

Los prestadores de servicios turísticos participantes deberán estar inscritos en el Registro Nacional de Turismo (RNT) y presentar copia del mismo.

2.2 Turismo Gastronómico

El producto deberá contar como atractivo primario la oferta gastronómica del destino visitado, que se haya comercializado en el mercado por al menos tres años consecutivos, que ofrezca actividades que apoyen el conocimiento de la gastronomía local, regional o nacional, y que tenga objetivos de disfrute, aprendizaje, degustación y desarrollo de la cocina mexicana para los participantes, mismos que deberán describirse.

El diseño debe incorporar en su operación elementos históricos, culturales y de insumos característicos de la región de México en donde se lleva a cabo y que realcen su tradición culinaria.

El producto debe haberse diseñado y desarrollado bajo criterios de alta calidad y autenticidad, mismos que deberán describirse.

El producto debe contar con una evaluación cuantitativa de los resultados obtenidos en el último año de operación y prever un plan de acción para su desarrollo en el largo plazo con metas claras.

La operación del producto debe ser ejemplo de una práctica exitosa que ofrezca una experiencia única, tanto para el mercado nacional como para el extranjero, misma que deberá describirse.

La empresa u organismo debe disponer de un espacio electrónico propio de consulta, promoción y comercialización del producto.

El producto debe haber contribuido al incremento de visitantes, a la generación de empleo local o al desarrollo de empresas locales y que el participante cuente con indicadores al respecto.

El producto debe considerar el involucramiento de la comunidad receptora, presentando evidencias al respecto.

Los prestadores de servicios turísticos participantes deberán estar inscritos en el Registro Nacional de Turismo (RNT) y presentar copia del mismo.

2.3 Turismo de Naturaleza

El Turismo de Naturaleza es una actividad económica que promueve el aprovechamiento sustentable de los recursos, una alternativa sólida para la generación de empleos, una estrategia para el desarrollo comunitario, una herramienta para luchar contra la pobreza y un medio para conservar y difundir el patrimonio natural y cultural.

En México, el Turismo de Naturaleza⁵, comprende todos *“aquellos viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales”*.

Estos viajes se agrupan de acuerdo al interés del turista en tres grandes modalidades: “Ecoturismo”, “Turismo de Aventura” y “Turismo Rural”, que integran actividades con características homogéneas y desarrolladas con diferentes niveles de especialización pero orientadas a generar experiencias y disfrute de quien las práctica.

Para un mejor entendimiento y homologación de conceptos, a continuación se definen dichas modalidades:

Modalidad	Definición
Ecoturismo	“Los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través del contacto con la misma...”
Turismo de Aventura	“Los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza, donde se participa de la armonía con el medio ambiente, respetando el patrimonio natural, cultural e histórico...”
Turismo Rural	“Los viajes que tienen como fin el realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma...”

Fuente: Dirección General de Innovación del Producto Turístico. Secretaría de Turismo

Modalidades del Turismo de Naturaleza

Ecoturismo

- Observación de fauna
- Observación de flora
- Observación de fósiles
- Observación de ecosistemas
- Observación de fenómenos y atractivos especiales de la naturaleza
- Observación geológica
- Observación sideral
- Safari fotográfico
- Senderismo interpretativo
- Talleres de Educación Ambiental
- Participación en programas de rescate de flora y/o fauna
- Participación en proyectos de investigación biológica

Turismo Rural

- Agroturismo
- Visita a pueblos indígenas
- Fotografía rural
- Aprendizaje de lenguas
- Vivencias místicas
- Preparación y uso de medicina tradicional
- Talleres Gastronómicos
- Talleres Artesanales

Turismo de Aventura

Terrestres

- Caminata
- Espeleísmo
- Escalada en roca
- Cañonismo
- Ciclismo de montaña
- Alta montaña
- Rappel
- Cabalgata

Acuáticas

- Buceo
- Snorkel o Buceo Libre
- Espeleobuceo
- Descenso en ríos
- Kayakismo
- Pesca recreativa

Aéreas

- Paracaidismo
- Vuelo en parapente
- Vuelo en ala delta
- Vuelo en globo aerostático
- Vuelo en ultraligero

Fuente: Dirección General de Innovación del Producto Turístico. Secretaría de Turismo

2.3.1 Requisitos para la participación:

El producto, debe pertenecer a cualquiera de las modalidades del turismo de naturaleza. Por ello, el promotor de la candidatura del producto, debe cubrir los siguientes requisitos:

- a) El prestador de servicios turísticos y/o operador turístico, debe comprobar que se encuentra inscrito en el Registro Nacional de Turismo (RNT).
- b) El producto debe demostrar que se ha comercializado, al menos durante tres años consecutivos.
- c) Describir en qué consiste la singularidad del producto.
- d) Señalar porqué el producto se considera una oferta innovadora.
- e) Demostrar que el producto induce al conocimiento, apreciación y valoración del entorno natural del sitio visitado.
- f) Describir las acciones realizadas para mejorar la calidad en el servicio turístico (acreditaciones, certificaciones, etc.)
- g) Describir la manera en la que ha contribuido en el tema de la sustentabilidad (factores: ambiental, económica y social).

2.4 Turismo de Reuniones

El producto debe ser un ejemplo sobre el desarrollo de un programa de actividades de entretenimiento llevado a cabo durante un evento de turismo de reuniones, con una participación mayor a 100 personas y con una duración mínima de dos días y una noche. El producto presentado, no debe incluir las actividades programadas para los eventos denominados pre o post tour.

El producto debe haber sido ofrecido, en lo esencial, en varios eventos de turismo de reuniones, de manera que pueda considerarse una oferta permanente en el destino.

El producto debe estar comercializado en el mercado por al menos tres años consecutivos.

Las actividades del programa no deben realizarse de manera simultánea a las sesiones de trabajo de los eventos.

Las actividades deben llevarse a cabo fuera del recinto de sesiones de trabajo y aprovechar, de manera ejemplar, espacios públicos, históricos, culturales, o naturales del destino.

El producto debe haber sido adaptado a los mercados nacionales e internacionales.

Las actividades programadas deben haber sido comercializadas entre los participantes y haber sido financieramente viables, de tal manera que se puedan replicar sin recurrir a subsidios o patrocinios.

El producto ofrecido debe haber contemplado la apreciación y valoración del patrimonio cultural, histórico y natural, poniendo en valor la identidad de la región, estado o destino.

El producto debe haberse diseñado y desarrollado bajo criterios claros de calidad, innovación y sustentabilidad, mismos que deberán describirse.

El producto debe contar con una evaluación cuantitativa de los logros obtenidos en el último año de operación y prever un plan de acción, con indicadores, para su desarrollo en el largo plazo con metas claras.

La operación del producto debe ser ejemplo de una práctica exitosa capaz de replicarse en otros destinos.

La empresa o destino debe disponer de un espacio electrónico propio de consulta, promoción y comercialización del producto.

El producto debe haber contribuido al incremento de visitantes, a la generación de empleo local o al desarrollo de empresas locales, comprobable.

El producto debe considerar el involucramiento de la comunidad receptora, presentado evidencias al respecto. Las acreditaciones, certificaciones operativas y de servicios, así como contar con el RNT (Registro Nacional de Turismo), son factores favorables en la evaluación.

2.5 Turismo Médico

El producto puede ser cualquier experiencia turística que ofrezca el aprovechamiento de la oferta de servicios médicos especializados con fines de atención médica o bienestar en un destino turístico y que se haya comercializado por más de un año consecutivo en los destinos nacionales.

El producto debe ser una oferta novedosa y diferente en el destino donde se opera.

El producto debe haberse diseñado y desarrollado bajo criterios de calidad, innovación y sustentabilidad explícitamente descritos.

El producto debe facilitar explícitamente el conocimiento, apreciación y valoración de la oferta turística de la localidad.

El producto debe contar con una evaluación cuantitativa de los logros obtenidos en el último año de operación y prever un plan de acción para su desarrollo en el largo plazo con metas claras.

La operación del producto debe ser ejemplo de una práctica exitosa capaz de replicarse en otros destinos.

La empresa debe disponer de un espacio electrónico propio de consulta, promoción y comercialización del producto en el que se pueda medir el número de visitas, impactos o ventas.

El producto debe haber contribuido al incremento de visitantes, a la generación de empleo local o al desarrollo de empresas locales y la empresa cuenta con indicadores al respecto.

Las acreditaciones y/o certificaciones operativas y de servicios obtenidas en el año 2018, son factores favorables en la evaluación.

2.6 Turismo de Cruceros

El producto puede ser cualquier experiencia turística que se haya comercializado por más de un año consecutivo en los destinos nacionales de arribo para el mercado de cruceros.

El producto debe ser una oferta novedosa y diferente en el destino donde se opera.

El producto debe haberse diseñado y desarrollado bajo criterios de calidad, innovación y sustentabilidad explícitamente descritos.

El producto debe facilitar el conocimiento, apreciación y valoración del entorno natural del sitio visitado y/o del patrimonio cultural e histórico de la localidad.

El producto debe contar con una evaluación cuantitativa de los logros obtenidos en el último año de operación y prever un plan de acción para su desarrollo en el largo plazo con metas claras.

La operación del producto debe ser ejemplo de una práctica exitosa.

La empresa debe disponer de un espacio electrónico propio de consulta, promoción y comercialización del producto en el que se pueda medir el número de visitas, hits o ventas.

El producto debe haber contribuido al incremento de visitantes, a la generación de empleo local o al desarrollo de empresas locales y la empresa cuenta con indicadores al respecto.

2.7 Turismo de Romance (bodas)

El producto debe ser un ejemplo de experiencia única dentro de una región, estado o destino conjuntando los elementos y la cadena de valor que hacen posible una boda destino. Con una duración mínima de dos días y una noche.

El producto debe haber sido ofrecido y consumido mínimo a 10 clientes de bodas, de manera que pueda considerarse una oferta permanente en el destino.

El diseño debe incorporar en su operación elementos históricos, culturales, gastronómicos y artesanales característicos de la región de México en donde se lleva a cabo y que realcen la tradición del destino.

El producto debe haber sido adaptado a los mercados nacionales e internacionales.

El producto ofrecido debe haber contemplado la apreciación y valoración del patrimonio cultural, histórico y natural, poniendo en valor la identidad de la región, estado o destino.

El producto debe haberse diseñado y desarrollado bajo criterios claros de calidad, innovación y sustentabilidad, mismos que deberán describirse.

El producto debe haber utilizado elementos tecnológicos e innovadores para su difusión, promoción, comercialización y presentación a los mercados turísticos.

El producto debe contar con una evaluación cuantitativa de los logros obtenidos en el último año de operación y prever un plan de acción, con indicadores, para su desarrollo en el largo plazo con metas claras.

La empresa o destino debe disponer de un espacio electrónico propio de consulta, promoción y comercialización del producto en el que se pueda medir el número de visitas, impactos o ventas, además de redes sociales y medios de promoción digitales.

El producto debe haber contribuido al incremento de visitantes, a la generación de empleo local y al desarrollo de empresas locales, comprobable.

2.8 Turismo Premium (Lujo)

El producto debe ser un ejemplo de experiencia única dentro de una región, estado o destino, conjuntando los elementos y la cadena de valor que hacen posible un viaje de lujo. Con una duración mínima de dos días y una noche.

El producto debe haber sido ofrecido y consumido mínimo por 15 clientes de lujo, de manera que pueda considerarse una oferta permanente en el destino.

El producto debe estar reconocido o certificado por proveedores catalogados como Premium o de Lujo, Como Virtuoso, AAA (4 o 5 Diamantes), Tesoros de México, etc.

El producto debe incorporar en su operación elementos históricos, culturales, gastronómicos, artesanales y arquitectónicos característicos de la región de México en donde se lleva a cabo y que realcen la tradición del destino.

El producto debe haber sido adaptado a los mercados nacionales e internacionales.

El producto ofrecido debe haber contemplado la apreciación y valoración del patrimonio cultural, histórico y natural, poniendo en valor la identidad de la región, estado o destino.

El producto debe haberse diseñado y desarrollado bajo criterios claros de calidad, innovación y sustentabilidad, mismos que deberán describirse.

El producto debe haber utilizado elementos tecnológicos e innovadores para su difusión, promoción, comercialización y presentación a los mercados turísticos.

El producto debe contar con una evaluación cuantitativa de los logros obtenidos en el último año de operación y prever un plan de acción, con indicadores, para su desarrollo en el largo plazo con metas claras.

La empresa o destino debe disponer de un espacio electrónico propio de consulta, promoción y comercialización del producto en el que se pueda medir el número de visitas, impactos o ventas, además de redes sociales y medios de promoción digital.

El producto debe haber contribuido al incremento de visitantes, a la generación de empleo local y al desarrollo de empresas locales, comprobable

2.9 Turismo Lésbico. Gay, Bisexual y Transexual. (LGBT)

El producto debe ser un ejemplo de experiencia única para el mercado LGBT de una región, estado o destino conjuntando los elementos y la cadena de valor que hacen posible este tipo de turismo. Con una duración mínima de tres días y dos noches.

El producto debe haber sido ofrecido y consumido mínimo a 10 clientes de la población LGBT y utilizar un canal de distribución especializado en el mercado, de manera que pueda considerarse una oferta permanente en el destino.

El producto debe estar integrado por proveedores catalogados como expertos en turismo LGBT. Preferentemente ser miembros de alguna asociación nacional o internacional o cámara de comercio especializada en el mercado.

El diseño debe incorporar en su operación elementos históricos, culturales, gastronómicos y artesanales característicos de la región de México en donde se lleva a cabo y que realcen la tradición del destino.

El producto debe haber sido adaptado a los mercados nacionales o internacionales.

El producto ofrecido debe haber contemplado la apreciación y valoración del patrimonio cultural, histórico y natural, poniendo en valor la identidad de la región, estado o destino.

El producto debe haberse diseñado y desarrollado bajo criterios claros de calidad, innovación, equidad, inclusión y sustentabilidad, mismos que deberán describirse.

El producto debe haber utilizado elementos tecnológicos e innovadores para su difusión, promoción, comercialización y presentación a los mercados turísticos.

El producto debe contar con una evaluación cuantitativa de los logros obtenidos en el último año de operación y prever un plan de acción, con indicadores, para su desarrollo en el largo plazo con metas claras.

La operación del producto debe ser ejemplo de una práctica exitosa capaz de replicarse en otros destinos.

La empresa o destino debe disponer de un espacio electrónico propio de consulta, promoción y comercialización del producto en el que se pueda medir el número de visitas, impactos o ventas, además de redes sociales y medios de promoción digital.

El producto debe haber contribuido al incremento de visitantes, a la generación de empleo local y al desarrollo de empresas locales, comprobable.

2.10 Turismo Social: Producto Turístico para Jóvenes

El producto puede ser cualquier producto diseñado para lograr la accesibilidad al turismo a los jóvenes, que se haya comercializado en el mercado por más de un año consecutivo y que facilite explícitamente el conocimiento, la apreciación y la valoración del patrimonio cultural, natural, histórico, gastronómico y/o identidad de la localidad.

El producto debe promover la inclusión social y la no discriminación hacia los jóvenes, así como ofertas diferenciadas que generen valor y aspiración al visitante.

El producto debe ser una oferta novedosa y diferente en el destino donde se opera.

El producto debe promover la movilización de jóvenes con fines turísticos preferentemente en grupos.

El producto debe haberse diseñado y desarrollado bajo criterios claros de calidad, innovación y sustentabilidad, mismos que deberán describirse.

El producto debe contar con una evaluación cuantitativa de los logros obtenidos en el último año de operación y prever un plan de acción para su desarrollo en el largo plazo con metas claras.

La operación del producto debe ser ejemplo de una práctica exitosa capaz de replicarse, parcial o totalmente, en otros destinos.

La empresa u organización debe disponer de un espacio electrónico propio de consulta, promoción y comercialización del producto en el que se pueda medir el número de visitas, hits o ventas.

El producto debe haber contribuido a mejorar los indicadores turísticos (mayor estadía, menor estacionalidad, mayor gasto); los indicadores económicos (generación de empleo permanente, incremento de empresas locales, aumento de la base fiscal), sociales (participación comunitaria activa, sensibilidad de la población, certificaciones) y de mercado (diferenciación, posicionamiento y visibilidad a nivel regional, nacional e internacional) del destino.

2.11 Turismo Social: Producto Turístico para Jubilados, Adultos Mayores, Personas con Discapacidad

El producto puede ser cualquiera diseñado para lograr la accesibilidad e inclusión al turismo a los Jubilados, Adultos Mayores y/o Personas con Discapacidad, que se haya comercializado en el mercado por más de un año consecutivo y que facilite explícitamente el conocimiento, la apreciación y la valoración del patrimonio cultural, natural, histórico, gastronómico y/o identidad de la localidad.

El producto debe promover la inclusión social y la no discriminación hacia los Grupos Vulnerables (Jubilados, Adultos Mayores, Personas con Discapacidad), así como ofertas diferenciadas que generen valor y aspiración al visitante.

El producto debe promover la movilización de personas con fines turísticos preferentemente en grupos de afinidad con características similares entre sí.

El producto debe describir los derechos, especialización y características adaptadas para el tipo de visitante.

El producto debe ser una oferta novedosa y diferente en el destino donde se opera.

El producto debe haberse diseñado y desarrollado bajo criterios claros de calidad, innovación y sustentabilidad, mismos que deberán describirse.

El producto debe contar con una evaluación cuantitativa de los logros obtenidos en el último año de operación y prever un plan de acción para su desarrollo en el largo plazo con metas claras.

La operación del producto debe ser ejemplo de una práctica exitosa capaz de replicarse, parcial o totalmente, en otros destinos.

La empresa u organización debe disponer de un espacio electrónico propio de consulta, promoción y comercialización del producto en el que se pueda medir el número de visitas, hits o ventas.

El producto debe haber contribuido a mejorar los indicadores turísticos (mayor estadia, menor estacionalidad, mayor gasto); los indicadores económicos (generación de empleo permanente, incremento de empresas locales, aumento de la base fiscal), sociales (participación comunitaria activa, sensibilidad de la población, certificaciones) y de mercado (diferenciación, posicionamiento y visibilidad a nivel regional, nacional e internacional) del destino.

2.12 Turismo Deportivo

El producto puede considerar cualquier evento deportivo con impacto turístico, que se haya comercializado en el mercado por al menos dos años consecutivos, que incluya en su oferta en forma combinada al menos dos de los siguientes componentes: transporte desde el lugar de origen; traslados en la localidad; alojamiento; alimentos y bebidas; acceso al evento objeto de la oferta; actividades complementarias que apoyen el conocimiento de la oferta local, regional o nacional de atractivos turísticos y que favorezca la derrama económica y la creación o el fortalecimiento de empleos.

El diseño debe incorporar en su operación el uso de la práctica deportiva, participación o asistencia a competencias o espectáculos deportivos como motivación de viaje o atractivo para visitar destinos mexicanos.

El producto puede considerar eventos repetitivos, es decir aquellos que se realizan en forma cíclica, ya sea en la misma sede o en sedes alternas, o también eventos que se llevan a cabo por única ocasión; en éste último caso, el organizador o promotor debe acreditar experiencia previa con productos similares en los últimos tres años.

El producto debe de haberse diseñado y desarrollado bajo criterios de alta calidad y en su caso, de seguridad para los participantes.

El producto debe contar con una evaluación cuantitativa de los resultados obtenidos en el último año de operación y prever un plan de acción para su desarrollo en el largo plazo con metas claras. La evaluación debe incluir una medición cuantitativa del impacto o beneficio que tiene en los usuarios.

La operación del producto debe ser ejemplo de una práctica exitosa que ofrezca una experiencia única, tanto para el mercado nacional como para el extranjero.

La empresa u organismo debe disponer de un espacio electrónico propio de consulta, promoción y comercialización del producto en el que se pueda medir el número de visitas, impactos o ventas.

El producto debe haber contribuido al incremento de visitantes, a la generación de empleo y/o derrama local o al desarrollo de empresas locales y contar con indicadores al respecto.

El producto debe considerar el involucramiento de la comunidad receptora, presentando evidencias al respecto.

Son elementos favorables a considerar, la acreditación o reconocimiento que del producto hayan hecho en forma pública las asociaciones y federaciones deportivas, organismos empresariales y entidades gubernamentales encargadas de la política y la promoción turística en la localidad o en la entidad federativa.

3. Los operadores de productos turísticos propuestos para obtener el RECONOCIMIENTO A LA DIVERSIFICACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO MEXICANO, pueden autopostularse, o ser postulados por cualquier otra iniciativa con previa autorización de sus creadores u operadores. El premio se otorgará, en cualquier caso, al empresario(a), empresa o unidad productiva que opere comercialmente el producto, y no a la persona, entidad gubernamental o privada que lo haya postulado.

4. Los productos únicamente se podrán postular o ser postulados para una sola categoría. Si fueron inscritos en ediciones anteriores, podrán volver a participar en la misma categoría o en una diferente, solamente en caso de no haber sido premiados o haber recibido mención honorífica.

5. Las candidaturas deberán presentarse de forma impresa en una sola carpeta de argollas de tres perforaciones (no se aceptará ningún otro formato) y la misma presentarse grabada en dispositivo magnético-electrónico -CD,DVD o USB- Que contenga:

a) Formato de registro-inscripción debidamente requisitado (carátula).

b) Carpeta impresa con la Información relativa a cada uno de los puntos solicitados en las bases, fotografías que ilustren el proceso de prestación del servicio o servicios, testimonios de clientes, estadísticas de medición de desempeño y cualquier información adicional que el postulante considere necesaria y deben ser entregadas en ese orden, en una extensión máxima de 30 cuartillas (hoja carta a doble espacio con tipografía Arial a 12 puntos).

c) Hipervínculos que enlacen a sitios web en los que puedan apreciarse grabaciones en video que muestren la operación del producto y/o lo promuevan. Si no se cuenta con tales sitios, deberá incluirse en el dispositivo electrónico un archivo con el (los) videos como evidencia.

6. Las propuestas deberán enviarse de forma impresa y en dispositivo magnético-electrónico a las oficinas de la Secretaría de Turismo, ubicadas en Schiller No. 138 PH, entre Av. Ejército Nacional y Homero Col. Bosques de Chapultepec, Delegación Miguel Hidalgo, C.P. 11580, México D.F., con atención a la Lic. Marcela Cerda Rojas, no existiendo ningún otro domicilio de entrega. No se recibirán propuestas en parcialidades ni exclusivamente por correo electrónico.

7. El plazo de admisión de las propuestas será a partir de la fecha de publicación de la presente convocatoria y hasta el 8 de marzo del año en curso, a más tardar a las 18:00 horas, tiempo de la Ciudad de México, SIN PRORROGAS.

8. El jurado calificador estará integrado por representantes de la Secretaría de Turismo Federal, quienes durante su análisis y deliberación podrán consultar a especialistas externos en cada una de las líneas de producto, y podrán en cualquier momento verificar la veracidad de la información que se ofrece en los expedientes de los productos concursantes.

9. El fallo del jurado se dará a conocer el día 22 de marzo de 2019 y será inapelable. El Jurado se reserva el derecho de declarar desierta cualquier categoría si a su juicio no se presentan suficientes productos comparables, o si éstos no cumplieren con los requisitos establecidos en la presente convocatoria.

En el caso de que dos o más propuestas tengan la misma valoración de los integrantes del jurado, el primer criterio de desempate será la contribución social y los criterios de sustentabilidad del producto. El segundo criterio será definido en favor del producto cuyo operador cuente con número del Registro Nacional de Turismo, y el tercer criterio, en caso de persistir el empate, será el voto de calidad del Presidente del Jurado, que será la más alta autoridad presente en la sesión de deliberación.

Los ganadores serán notificados por escrito vía electrónica, además de difundirse a través de las páginas electrónicas y las redes sociales de la Secretaría de Turismo.

10. Se otorgará un reconocimiento único para cada categoría que comprenderá lo siguiente:

- Entrega de una presea y diploma en la ceremonia que se llevará a cabo el 10 de Abril en el marco del Tianguis Turístico México, que se realizará en Acapulco, Guerrero, del 7 al 10 de abril de 2019.
- Gafete individual para participar en el Tianguis Turístico 2019 (no aplica para autoridades estatales ni municipales).
- Difusión de su producto en la ceremonia de entrega y a través de boletín de prensa.

11. Cualquier punto no especificado en esta convocatoria será resuelto por la Secretaría de Turismo Federal. La participación en este evento significa la aceptación de los puntos expuestos en la convocatoria.

Para mayor información
Secretaría de Turismo
Schiller No.138, piso PH 1, Col. Chapultepec Morales
C.P. 11580, México, D.F.
Tel. 01 (55) 3002-6300, ext. 6320