



RECONOCIMIENTO A LA DIVERSIFICACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO MEXICANO 2020

CONVOCATORIA

La Secretaría de Turismo, con fundamento en lo dispuesto por el artículo 42 fracción I de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; artículo 2 fracciones III, IX y XV de la Ley General de Turismo; artículo 11 fracciones I, VII, VIII, IX, X y XI y, artículo 17 fracciones II, V, VIII, XV y XVI del Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo, vigentes a la fecha, convocan a aquellos interesados en obtener el RECONOCIMIENTO A LA DIVERSIFICACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO MEXICANO 2020, acción que se vincula al impulso y desarrollo competitivo de productos turísticos innovadores.

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 incrementar el gasto y/o estadía del turista en los destinos turísticos del país. Dicho reconocimiento se entregará de acuerdo con las siguientes **BASES**:

1. Podrán participar las autoridades federales (con excepción de la Sectur), estatales y municipales, así como las comunidades, empresas y organizaciones de la sociedad civil, que hayan contribuido a la diversificación e innovación del producto turístico, entendiéndose como producto turístico al “Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen: Recursos y atractivos + Equipamientos e infraestructuras + Servicios + Actividades recreativas + Imágenes y valores simbólicos que ofrecen beneficios capaces de atraer a grupos determinados de consumidores, porque satisfacen sus motivaciones y expectativas relacionadas con su tiempo libre” y al desarrollo de actividades turísticas que enriquezcan los productos.
2. Los prestadores de servicios turísticos¹ participantes² deberán tener vigente su Registro Nacional de Turismo (RNT)³ y presentar copia del mismo. Su falta es causa de descalificación.
3. Los productos turísticos a participar deberán tener enfoque de perspectiva de género para beneficio por igual de mujeres y hombres; así como demostrar que no hacen discriminación al consumidor final por origen étnico o nacional, género, edad, discapacidades, condición social, condiciones de salud (a

¹ De acuerdo con la Ley General de Turismo, en su artículo 3 fracción XI se entenderá por Prestadores de Servicios Turísticos “a las personas físicas o morales que ofrezcan, proporcionen, o contraten con el turista, la prestación de los servicios a que se refiere esta Ley” y en la fracción XVIII define como Servicios Turísticos “son los dirigidos a atender las solicitudes de los turistas a cambio de una contraprestación, en apego con lo dispuesto por esta Ley y su Reglamento”.

² Para efectos de la presente Convocatoria a los “Wedding Planners” no se les considerará prestadores de servicios turísticos ya que recientemente fueron emplazados a registrarse al RNT, por lo que sí podrán participar aún no contando con él.

³ Acuerdo por el que se emite la convocatoria nacional de inscripción al Registro Nacional de Turismo dirigida a los prestadores de servicios turísticos, publicado el 30 de marzo de 2016 en el Diario Oficial de la Federación: Apartado E. Renovación de Certificado, Décimo Séptimo: El certificado tendrá una vigencia de 2 años, por lo que el mismo deberá ser renovado dentro de los 30 días anteriores a su vencimiento, a través del procedimiento de Renovación de Certificado.



menos que la ponga en riesgo), religión, opiniones, preferencias sexuales, estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas, promoviendo así el respeto, la protección y la garantía de los derechos humanos de conformidad con los principios de universalidad, interdependencia, indivisibilidad y progresividad. **Lo anterior deberá describirse de qué manera se atiende en el producto turístico.**

4. Los productos turísticos participantes deberán tener enfoque de inclusión para personas que nacen o adquieren a lo largo de su vida una discapacidad (deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales, de forma permanente o temporal), para evitar situaciones de desigualdad y falta de accesibilidad para todas y todos los turistas contribuyendo a eliminar las barreras que se imponen a este grupo de personas, buscando así adaptar espacios y servicios para que todas y todos los turistas puedan disfrutar de la actividad turística por igual. Garantizando los derechos de todas las personas en condiciones de igualdad y no discriminación. **Lo anterior deberá describirse de qué manera se atiende en el producto turístico.**
5. El reconocimiento se otorgará en las siguientes categorías:
 - Turismo Cultural
 - Turismo Gastronómico
 - Turismo de Naturaleza
 - Turismo de Reuniones
 - Turismo de Salud
 - Turismo de Romance
 - Turismo de Cruceros
 - Turismo Premium
 - Turismo Social
 - Turismo Deportivo
6. Las propuestas que se presenten deberán observar las siguientes **CARACTERÍSTICAS** por categoría:

6.1. Turismo Cultural

- a) El producto debe ser cualquier actividad turística que se haya comercializado en el mercado por al menos tres años consecutivos y no más de 8 (en el caso de ser un producto con 9 o más años de operación, indicar ampliamente cómo y desde cuándo se ha renovado y en qué consiste la innovación), que facilite explícitamente el conocimiento, la apreciación y la valoración del patrimonio cultural del destino visitado, describiéndolo ampliamente.
- b) El producto debe ser una oferta innovadora, novedosa y diferente en el destino donde se opera, vinculada al turismo urbano y de poblaciones típicas, arqueológico o religioso y señalar por qué se considera así.
- c) El producto debe mostrar claramente criterios de calidad, innovación y sustentabilidad (factores ambientales, económicos y sociales), mismos que deberán describirse.
- d) 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.



- e) La empresa u organismo debe disponer de un espacio electrónico propio de consulta, promoción y comercialización del producto, en al menos dos idiomas, además del uso de redes sociales y medios de promoción digitales.
- f) El producto debe contar con una evaluación cuantitativa de los resultados obtenidos en los tres últimos años de operación y prever un plan de acción para su desarrollo en el largo plazo con metas claras.
- g) El producto debe haber contribuido al incremento del gasto y/o estadía del turista, a la generación de empleo local o al desarrollo de empresas locales (proporcionar datos de contacto de las mismas) y que el participante cuente con indicadores y evidencias al respecto.
- h) El producto debe considerar el involucramiento de la comunidad receptora, debiendo explicar de qué forma participa y presentar evidencias al respecto.
- i) Las acreditaciones y/o certificaciones ambientales, operativas, sociales y/o de prácticas sustentables obtenidas en 2018 y 2019, propias o de actores involucrados en la cadena de valor del producto, son factores favorables en la evaluación.

6.2. Turismo Gastronómico

- a) El producto debe contar como atractivo primario la oferta gastronómica del destino visitado, que se haya comercializado en el mercado por al menos tres años consecutivos y no más de 8 (en el caso de ser un producto con 9 o más años de operación, indicar ampliamente cómo y desde cuándo se ha renovado y en qué consiste la innovación), que ofrezca actividades que apoyen el conocimiento de la gastronomía local, regional o nacional, y que tenga objetivos de disfrute, aprendizaje, divulgación, degustación y desarrollo de la cocina mexicana para los participantes, mismos que deberán describirse.
- b) 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.
- c) El producto debe haberse diseñado y desarrollado bajo criterios de alta calidad, autenticidad, innovación, sustentabilidad (factores ambientales, económicos y sociales), mismos que deberán describirse.
- d) 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.
- e) La empresa u organismos debe disponer de un espacio electrónico propio de consulta, promoción y comercialización del producto, en al menos dos idiomas, además del uso de redes sociales, y medios de promoción digitales.
- f) El producto debe contar con una evaluación cuantitativa de los resultados obtenidos en los tres últimos años de operación y prever un plan de acción para su desarrollo en el largo plazo con metas claras.



- g) El producto debe haber contribuido al incremento del gasto y/o estadía del turista, a la generación de empleo local o al desarrollo de empresas locales (proporcionar datos de contacto de las mismas) y que el participante cuente con indicadores y evidencias al respecto.
- h) El producto debe considerar el involucramiento de la comunidad receptora, debiendo explicar de qué forma participa y presentar evidencias al respecto.
- i) Las acreditaciones y/o certificaciones ambientales, operativas, sociales y/o de prácticas sustentables obtenidas en 2018 y 2019, propias o de actores involucrados en la cadena de valor del producto, son factores favorables en la evaluación.

6.3. Turismo de Naturaleza

- a) El producto debe ser cualquier actividad turística que se haya comercializado en el mercado por al menos tres años consecutivos y no más de 8 (en el caso de ser un producto con 9 o más años de operación, indicar ampliamente cómo y desde cuándo se ha renovado y en qué consiste la innovación), que facilite explícitamente el conocimiento, la apreciación y la valoración de la naturaleza del destino visitado, describiéndolo ampliamente.
- b) El producto debe ser una oferta innovadora, novedosa y diferente en el destino donde se opera, vinculada a cualquiera de las modalidades del Turismo de Naturaleza: Ecoturismo, Turismo Rural y Turismo de Aventura y señalar por qué se considera así.
- c) El producto debe mostrar claramente criterios de calidad, innovación, sustentabilidad (factores ambientales, económicos y sociales) y, en su caso, de seguridad para los participantes, mismos que deberán describirse.
- d) 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.
- e) La empresa u organismo debe disponer de un espacio electrónico propio de consulta, promoción y comercialización del producto, en al menos dos idiomas, además del uso de redes sociales y medios de promoción digitales.
- f) El producto debe contar con una evaluación cuantitativa de los resultados obtenidos en los tres últimos años de operación y prever un plan de acción para su desarrollo en el largo plazo con metas claras.
- g) El producto debe haber contribuido al incremento del gasto y/o estadía del turista, a la generación de empleo local o al desarrollo de empresas locales (proporcionar datos de contacto de las mismas) y que el participante cuente con indicadores y evidencias al respecto.
- h) El producto debe considerar el involucramiento de la comunidad receptora, debiendo explicar de qué forma participa y presentar evidencias al respecto.
- i) Las acreditaciones y/o certificaciones ambientales, operativas, sociales y/o de prácticas sustentables obtenidas en 2018 y 2019, propias o de actores involucrados en la cadena de valor del producto, son factores favorables en la evaluación.



6.4. Turismo de Reuniones

- a) 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 50 personas y con una duración mínima de dos días y una noche.
- b) El producto debe haber sido comercializado en el mercado por al menos tres años consecutivos y no más de 8 (en el caso de ser un producto con 9 o más años de operación, indicar ampliamente cómo y desde cuándo se ha renovado y en qué consiste la innovación); asimismo debe haber sido ofrecido en al menos cinco eventos de Turismo de Reuniones, de manera que pueda considerarse una oferta permanente en el destino y presentar evidencias que lo comprueben.
- c) El producto debe incorporar en su operación elementos del patrimonio cultural y/o natural característicos de la región de México en donde se lleva a cabo y que realcen la tradición del destino visitado, poniendo en valor la identidad del mismo y presentar evidencias al respecto.
- d) El producto debe mostrar claramente criterios de calidad, innovación y sustentabilidad (factores ambientales, económicos y sociales), mismos que deberán describirse.
- e) La empresa u organismo debe disponer de un espacio electrónico propio de consulta, promoción y comercialización del producto, en al menos dos idiomas, además del uso de redes sociales y medios de promoción digitales.
- f) El producto debe contar con una evaluación cuantitativa de los resultados obtenidos en los tres últimos años de operación y prever un plan de acción para su desarrollo en el largo plazo con metas claras.
- g) El producto debe haber contribuido al incremento del gasto y/o estadía del turista, a la generación de empleo local o al desarrollo de empresas locales (proporcionar datos de contacto de las mismas) y que el participante cuente con indicadores y evidencias al respecto.
- h) El producto debe considerar el involucramiento de la comunidad receptora, debiendo explicar de qué forma participa y presentar evidencias al respecto.
- i) Las acreditaciones y/o certificaciones ambientales, operativas, sociales y/o de prácticas sustentables obtenidas en 2018 y 2019, propias o de actores involucrados en la cadena de valor del producto, son factores favorables en la evaluación.

6.5. Turismo de Salud

- a) El producto debe ser cualquier experiencia turística que ofrezca el aprovechamiento de la oferta de Turismo de Salud con fines de atención médica especializada o de bienestar de un destino turístico y que se haya comercializado por al menos tres años consecutivos y no más de 5 (en el caso de ser un producto con 6 o más años de operación, indicar ampliamente cómo y desde cuándo se ha renovado y en qué consiste la innovación), que incorpore y facilite explícitamente el conocimiento, la apreciación y la valoración del patrimonio cultural y/o natural del destino visitado, describiéndolo ampliamente.



- b) El producto debe mostrar claramente criterios de calidad, innovación y sustentabilidad (factores ambientales, económicos y sociales) y, en su caso, de seguridad para los participantes, mismos que deberán describirse.
- c) La empresa u organismo debe disponer de un espacio electrónico propio de consulta, promoción y comercialización del producto, en al menos dos idiomas, además del uso de redes sociales y medios de promoción digitales.
- d) El producto debe contar con una evaluación cuantitativa de los resultados obtenidos en los tres últimos años de operación y prever un plan de acción para su desarrollo en el largo plazo con metas claras.
- e) El producto debe haber contribuido al incremento del gasto y/o estadía del turista, a la generación de empleo local o al desarrollo de empresas locales (proporcionar datos de contacto de las mismas) y que el participante cuente con indicadores y evidencias al respecto.
- f) El producto debe considerar el involucramiento de la comunidad receptora, debiendo explicar de qué forma participa y presentar evidencias al respecto.
- g) Las acreditaciones y/o certificaciones ambientales, operativas, sociales y/o de prácticas sustentables obtenidas en 2018 y 2019, propias o de actores involucrados en la cadena de valor del producto, son factores favorables en la evaluación.

6.6. Turismo de Romance

- a) El producto debe ser un ejemplo de actividad única dentro de un estado, destino o localidad conjuntando los elementos y la cadena de valor que hacen posible el Turismo de Romance. Con una duración mínima de dos días y una noche.
- b) El producto debe haber sido comercializado en el mercado por al menos tres años consecutivos y no más de 8 (en el caso de ser un producto con 9 o más años de operación, indicar ampliamente cómo y desde cuándo se ha renovado y en qué consiste la innovación), de manera que pueda considerarse una oferta permanente en el destino y presentar evidencias que lo comprueben.
- c) El producto debe incorporar en su operación elementos del patrimonio cultural y/o natural característicos de la región de México en donde se lleva a cabo y que realcen la tradición del destino visitado, poniendo en valor la identidad del mismo y presentar evidencias al respecto.
- d) El producto debe mostrar claramente criterios de calidad, innovación y sustentabilidad (factores ambientales, económicos y sociales), mismos que deberán describirse.
- e) La empresa u organismo debe disponer de un espacio electrónico propio de consulta, promoción y comercialización del producto, en al menos dos idiomas, además del uso de redes sociales y medios de promoción digitales.
- f) El producto debe contar con una evaluación cuantitativa de los resultados obtenidos en los tres últimos años de operación y prever un plan de acción para su desarrollo en el largo plazo con metas claras.



- g) El producto debe haber contribuido al incremento del gasto y/o estadía del turista, a la generación de empleo local o al desarrollo de empresas locales (proporcionar datos de contacto de las mismas) y que el participante cuente con indicadores y evidencias al respecto.
- h) El producto debe considerar el involucramiento de la comunidad receptora, debiendo explicar de qué forma participa y presentar evidencias al respecto.
- i) Las acreditaciones y/o certificaciones ambientales, operativas, sociales y/o de prácticas sustentables obtenidas en 2018 y 2019, propias o de actores involucrados en la cadena de valor del producto, son factores favorables en la evaluación.

6.7. Turismo de Cruceros

- a) El producto debe ser cualquier actividad turística llevada a cabo para los cruceristas durante su permanencia en un destino turístico (no se considerarán las ofrecidas dentro del barco).
- b) El producto debe haber sido comercializado en el mercado por al menos tres años consecutivos y no más de 8 (en el caso de ser un producto con 9 o más años de operación, indicar ampliamente cómo y desde cuándo se ha renovado y en qué consiste la innovación), en los destinos nacionales de arribo para el mercado de cruceros y presentar evidencias que lo comprueben.
- c) El producto debe incorporar en su operación elementos del patrimonio cultural y/o natural característicos de la región de México en donde se lleva a cabo y que realcen la tradición del destino visitado, poniendo en valor la identidad del mismo y presentar evidencias al respecto.
- d) El producto debe mostrar claramente criterios de calidad, innovación y sustentabilidad (factores ambientales, económicos y sociales), mismos que deberán describirse.
- e) La empresa u organismo debe disponer de un espacio electrónico propio de consulta, promoción y comercialización del producto, en al menos dos idiomas, además del uso de redes sociales y medios de promoción digitales.
- f) El producto debe contar con una evaluación cuantitativa de los resultados obtenidos en los tres últimos años de operación y prever un plan de acción para su desarrollo en el largo plazo con metas claras.
- g) El producto debe haber contribuido al incremento del gasto del turista, a la generación de empleo local o al desarrollo de empresas locales (proporcionar datos de contacto de las mismas) y que el participante cuente con indicadores y evidencias al respecto.
- h) El producto debe considerar el involucramiento de la comunidad receptora, debiendo explicar de qué forma participa y presentar evidencias al respecto.
- i) Las acreditaciones y/o certificaciones ambientales, operativas, sociales y/o de prácticas sustentables obtenidas en 2018 y 2019, propias o de actores involucrados en la cadena de valor del producto, son factores favorables en la evaluación.

6.8. Turismo Premium

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



- b) El producto debe ser cualquier actividad turística que se haya comercializado en el mercado por al menos tres años consecutivos y no más de 8 (en el caso de ser un producto con 9 o más años de operación, indicar ampliamente cómo y desde cuándo se ha renovado y en qué consiste la innovación), de manera que pueda considerarse una oferta permanente en el destino y presentar evidencias que los comprueben.
- c) El producto debe incorporar en su operación elementos del patrimonio cultural y/o natural característicos de la región de México en donde se lleva a cabo y que realcen la tradición del destino visitado, poniendo en valor la identidad del mismo y presentar evidencias que lo comprueben.
- d) El producto debe mostrar claramente criterios de calidad, innovación y sustentabilidad (factores ambientales, económicos y sociales), mismos que deberán describirse.
- e) La empresa u organismo debe disponer de un espacio electrónico propio de consulta, promoción y comercialización del producto, en al menos dos idiomas, además del uso de redes sociales y medios de promoción digitales.
- f) El producto debe contar con una evaluación cuantitativa de los resultados obtenidos en los tres últimos años de operación y prever un plan de acción para su desarrollo en el largo plazo con metas claras.
- g) El producto debe haber contribuido al incremento del gasto y/o estadía del turista, a la generación de empleo local o al desarrollo de empresas locales (proporcionar datos de contacto de las mismas) y que el participante cuente con indicadores y evidencias al respecto.
- h) El producto debe considerar el involucramiento de la comunidad receptora, debiendo explicar de qué forma participa y presentar evidencias al respecto.
- i) Las acreditaciones y/o certificaciones ambientales, operativas, sociales y/o de prácticas sustentables obtenidas en 2018 y 2019, propias o de actores involucrados en la cadena de valor del producto, son factores favorables en la evaluación.

6.9. Turismo Social

- a) El producto debe ser cualquier actividad turística diseñada para grupos de población de bajos ingresos dirigido a adultos mayores, jóvenes u otros grupos vulnerables, que les facilite la oportunidad de viajar logrando así que más mexicanos viajen.
- b) El producto debe ser cualquier actividad turística que se haya comercializado en el mercado por al menos tres años consecutivos y no más de 8 (en el caso de ser un producto con 9 o más años de operación, indicar ampliamente cómo y desde cuándo se ha renovado y en qué consiste la innovación), de manera que pueda considerarse una oferta permanente en el destino y presentar evidencias que lo comprueben.
- c) El producto debe incorporar en su operación elementos del patrimonio cultural y/o natural característicos de la región de México en donde se lleva a cabo y que realcen la tradición del destino visitado, poniendo en valor la identidad del mismo y presentar evidencias que lo comprueben.



- d) El producto debe mostrar claramente criterios de calidad, innovación y sustentabilidad (factores ambientales, económicos y sociales), mismos que deberán describirse.
- e) La operación del producto debe ser ejemplo de una práctica exitosa capaz de replicarse, parcial o totalmente, en otros destinos turísticos.
- f) La empresa u organismo debe disponer de un espacio electrónico propio de consulta, promoción y comercialización del producto, además del uso de redes sociales y medios de promoción digitales.
- g) El producto debe contar con una evaluación cuantitativa de los resultados obtenidos en los tres últimos años de operación y prever un plan de acción para su desarrollo en el largo plazo con metas claras.
- h) El producto debe haber contribuido al incremento del gasto y/o estadía del turista, a la generación de empleo local o al desarrollo de empresas locales (proporcionar datos de contacto de las mismas) y que el participante cuente con indicadores y evidencias al respecto.
- i) El producto debe considerar el involucramiento de la comunidad receptora, debiendo explicar de qué forma participa y presentar evidencias al respecto.
- j) Las acreditaciones y/o certificaciones ambientales, operativas, sociales y/o de prácticas sustentables obtenidas en 2018 y 2019, propias o de actores involucrados en la cadena de valor del producto, son factores favorables en la evaluación.

6.10. Turismo Deportivo

- a) El producto debe incluir cualquier actividad de turismo cinegético, golf, pesca deportiva, buceo o asistencia a un torneo o evento deportivo organizado que se desarrolle en el territorio nacional de forma sistemática o repetitiva.
- b) El producto debe ser cualquier actividad turística que se haya comercializado en el mercado por al menos tres años consecutivos y no más de 8 (en el caso de ser un producto con 9 o más años de operación, indicar ampliamente cómo y desde cuándo se ha renovado y en qué consiste la innovación), de manera que pueda considerarse una oferta permanente en el destino y presentar evidencias que lo comprueben.
- c) El producto debe mostrar claramente criterios de calidad, innovación, sustentabilidad (factores ambientales, económicos y sociales) y, en su caso, de seguridad para los participantes, mismos que deberán describirse.
- d) La empresa u organismo debe disponer de un espacio electrónico propio de consulta, promoción y comercialización del producto, en al menos dos idiomas, además del uso de redes sociales y medios de promoción digitales.
- e) El producto debe contar con una evaluación cuantitativa de los resultados obtenidos en los tres últimos años de operación y prever un plan de acción para su desarrollo en el largo plazo con metas claras.
- f) El producto debe haber contribuido al incremento del gasto y/o estadía del turista, a la generación de empleo local o al desarrollo de empresas locales (proporcionar datos de contacto de las mismas) y que el participante cuente con indicadores y evidencias al respecto.



- g) El producto debe considerar el involucramiento de la comunidad receptora, debiendo explicar de qué forma participa y presentar evidencias al respecto.
 - h) Las acreditaciones y/o certificaciones ambientales, operativas, sociales y/o de prácticas sustentables obtenidas en 2018 y 2019, propias o de actores involucrados en la cadena de valor del producto, son factores favorables en la evaluación.
7. Los operadores de productos turísticos propuestos para obtener el **RECONOCIMIENTO A LA DIVERSIFICACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO MEXICANO**, pueden auto postularse o ser postulados por cualquier otra autoridad, empresa, organismo o grupo social con previa autorización de sus creadores u operadores. El premio se otorgará, en cualquier caso, a la empresaria o empresario, empresa o unidad productiva que opere comercialmente el producto y no a la persona, entidad gubernamental, social o privada que lo haya postulado.
 8. 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.
 9. Las candidaturas deberán presentarse de forma impresa en un sola carpeta de argollas de tres perforaciones (no se aceptará ningún otro formato) y, **exactamente la misma información**, grabada en un dispositivo electrónico que puede ser CD, DVD o USB, que contenga:
 - 9.1. Formato de inscripción, debidamente requisitado.
 - 9.2. Carpeta impresa con la información relativa a cada uno de los puntos solicitados en las bases y en el orden de los mismos, como evidencias se podrán incluir fotografías que ilustren el proceso de prestación del servicio o servicios, testimoniales de clientes y cualquier información adicional que el postulante considere necesaria, en una extensión máxima de 40 cuartillas en hoja carta a doble espacio con tipografía Arial a 12 puntos.
 - 9.3. Deberán incluir hipervínculos que enlacen a sitios web en los que se puedan apreciar 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 o los videos como evidencia.
 10. La carpeta y el dispositivo electrónico deberán enviarse a las oficinas de la Secretaría de Turismo ubicadas en Schiller No. 138, PH1 o PH2, entre Av. Ejército Nacional y Homero, Col. Chapultepec Morales, Alcaldía Miguel Hidalgo, C.P. 11580, Ciudad de México, a la atención de la Dirección General de Innovación del Producto Turístico, no existiendo ningún otro domicilio de entrega. No se recibirán propuestas en parcialidades ni por correo electrónico.
 11. El plazo de admisión de las propuestas será a partir del 31 de enero y hasta el 14 de febrero del 2020, en días hábiles (lunes a viernes), con horario de 09:00 am a 6:00 pm, tiempo de la Ciudad de México. **SIN PRÓRROGAS.**
 12. El jurado calificador estará integrado por representantes de la Secretaría de Turismo Federal, quienes durante su análisis y deliberación podrán consultar, en caso de existir dudas, a especialistas externos en cada una de las líneas de producto o segmentos de mercado y podrán, en cualquier momento, verificar la veracidad de la información que se ofrece en la carpeta de los productos concursantes.



13. El fallo del jurado se dará a conocer el día 6 de marzo de 2020 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 cumplen con los requisitos establecidos en la presente convocatoria.
14. 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, los criterios de sustentabilidad, perspectiva de género y la inclusión del producto. En caso de persistir el empate, el voto de calidad lo dará el Presidente del Jurado, quien será la persona de mayor rango presente en la sesión de deliberación.
15. Los ganadores serán notificados por escrito vía electrónica, además de difundirse los resultados a través de las redes sociales y página electrónica de la Secretaría de Turismo y del Tianguis Turístico México 2020.
16. Se otorgará un reconocimiento único por cada categoría que comprenderá lo siguiente:
 - 16.1 Entrega de una presea y diploma en la ceremonia que se llevará a cabo el 25 de marzo en el marco del Tianguis Turístico México 2020, que se realizará en Mérida, Yuc. del 22 al 25 de marzo de 2020.
 - 16.2 Gafete individual para participar en el Tianguis Turístico 2020 (no aplica para autoridades o funcionarios gubernamentales estatales ni municipales).
 - 16.3 Difusión de su producto en la ceremonia de entrega y en redes sociales de la Sector.
17. 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 esta convocatoria.

Mayores informes:

Secretaría de Turismo
Dirección General de Innovación del Producto Turístico
Schiller No. 138, piso PH2, Col. Chapultepec Morales
Alcaldía Miguel Hidalgo
C.P. 11580, Ciudad de México
Tel: (55) 3002 6300 ext. 6302