



FONDO MIXTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE MÉXICO

INFORME DE LABORES

ENERO-DICIEMBRE 2019

➤ **FITUR 2019**

Del 23 al 27 enero

Presencia de la CDMX en el pabellón de México (CPTM), a través de la promoción de los diversos segmentos del turismo con énfasis en la presentación del programa "CDMX: Capital Cultural de América".

Dicha feria es una de las más importantes a nivel mundial, donde el FMPT logró reunirse con autoridades y representantes del sector de más de 165 países, permitiendo crear y consolidar vínculos con profesionales del sector en Iberoamérica.

Se derivaron varios acuerdos, entre ellos la firma del Convenio de Colaboración en Materia de Promoción Turística entre el Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México y Madrid Destino, Cultura, Turismo y Negocio, S.A.

Los ejes centrales bajo los que se trabajará la promoción turística entre CDMX y Madrid son:

- Los valores que las definen como ciudades inclusivas, diversas y creativas.
- La oferta artística, cultural, gastronómica, de atractivos naturales y de entretenimiento que tienen cada uno de los barrios de ambas ciudades capitales.

La presencia de la CDMX en FITUR permitió el fortalecimiento del trabajo con touroperadores, líneas aéreas, agencias de viajes, cámaras y asociaciones del sector turismo de México e Iberoamérica.

ASISTENTES A FITUR: 886 expositores; 10.487 empresas; 165 países.

➤ **MATERIAL ART FAIR**

Del 7 al 10 de febrero.

Sin inversión, se vinculó con Turibus, logrando el traslado de los expositores, de su hotel al Frontón México, sede del Festival.

Este proyecto se sumó a la semana del arte en la CDMX, en el segmento de turismo cultural. Material Art Fair es la feria de arte independiente más importante de América Latina, reforzando a la CDMX como Capital Cultural de América y uniéndose a las filas de iniciativas similares alrededor del mundo como lo son Paris Internationale, LISTE en Basel, Suiza, Independent en Nueva York. En ese contexto el FMPT generó la colaboración de tour operadores y agentes turísticos, así como la difusión y promoción de la marca CDMX en este evento de magnitud internacional, posiciona a la Ciudad de México como destino turístico abierto al arte y la innovación creativa.

Resultados: 16 mil personas asistieron, pautas publicitarias por 2 millones de pesos, 45 notas en medios impresos, 275 notas en medios online. Retorno de inversión con un valor aproximado de 14 millones de pesos.



➤ GIRA DE DOCUMENTALES AMBULANTE

Sin inversión

Primera Fase: GIRA DE DOCUMENTALES AMBULANTE

Del 21 de febrero al 16 de mayo

Es un festival internacional itinerante de cine documental con alto impacto en nuestro país, que, en colaboración con Cinépolis y el Festival Internacional de Cine de Morelia, crean una audiencia crítica e informada, además de abrir nuevos canales de reflexión. El corazón y la columna vertebral del festival se encuentra en la Ciudad de México, donde de manera constante, se emprenden acciones que permiten al espectador vivir el cine de manera diferente, lo lleva a lugares tan diversos e inusuales como un festival de música de la talla de Vive Latino, a una calle en el corazón del Centro Histórico frente a un exconvento como San Jerónimo, a un lago en medio del bosque, o a un monumento emblemático.

Resultados: Asistencia: En "Gira de Documentales": **63 mil 357**, en "Ambulante Presenta": 19 mil 722, en "Voceros, Justicia en tu comunidad": 23 mil 429 y en "Ambulante en el Senado": 255, dando un total de **106 mil 763 asistentes**; Se realizaron **810 actividades**: 92 conversatorios, 59 proyecciones al aire libre, 173 sedes, 7 encuentros, 8 estados, 27 municipios, 24 talleres, seminarios y eventos formativos, 181 películas exhibidas, 236 voluntarios participaron, el **72 por ciento de las actividades fueron gratuitas**, se contó con 306 invitados.

➤ FICUNAM

Sin inversión

Primera fase: *Festival Internacional de Cine de la Universidad Nacional Autónoma de México.*

Del 24 de febrero al 10 de marzo.

El Festival Internacional de Cine de la Universidad Nacional Autónoma de México (FICUNAM), es un evento de cine independiente nacional e internacional de corte autoral, que se llevó a cabo para representar las vanguardias cinematográficas internacionales, entendiendo al cine como una forma de arte, que lo hace diferente a otros festivales en el país. Se suma a iniciativas posicionadas a nivel internacional similar a Cannes, constituyendo un espacio de difusión cultural que incentiva la asistencia de turistas nacionales e internacionales. La presencia de la marca CDMX se posicionó mediante una importante cobertura mediática durante el evento. El festival enriquece el segmento de turismo cultural, al establecer contenidos de alta gama y enriquecer la oferta de la Capital Cultural de América.

Resultados: 142 películas en total, 277 proyecciones, 128 invitados nacionales e internacionales y 22 mil 617 asistentes, con una importante cobertura mediática y promoción en redes sociales.

➤ ANATO 2019

Del 27 de febrero al 1 de marzo

Primer Pabellón de la CDMX en los 35 años de ANATO, donde participaron más de 20 touroperadores de la ciudad para hacer negocio, efectuar nuevos contactos, desarrollar actividades promocionales y de reuniones entre los diferentes actores del turismo, presentes en la plataforma más importantes de Suramérica.

Más de 38 mil asistentes; delegados de 40 destinos internacionales.



Colombia representa el segundo mercado mundial para la Ciudad de México y el número 1 en Centro y Sudamérica.

Durante la Vitrina Turística ANATO 2019 los representantes del FMPT sostuvieron más de 80 reuniones con profesionales de la industria turística y entidades públicas de diferentes ciudades y países, entre las que destacan:

Reunión con el Director Instituto de Turismo de Bogotá, Nelson Andrés Calderón, con quien acordaron un intenso intercambio para promover las Marcas-Ciudad de entre las dos capitales (Ciudad de México - Bogotá).

Reunión con representantes de las aerolíneas Interjet, Aeroméxico, Wingo y Avianca con la finalidad de promover la CDMX a través del incremento de vuelos a la capital mexicana. Asimismo, se habló sobre el intercambio de publicidad para fortalecer los vuelos y el destino, respectivamente.

Reunión con la Vicepresidente de PROColombia, con quien se realizó intercambio de experiencias con la finalidad de fortalecer los procesos de promoción turística.

Reunión con representantes de la Cámara de Comercio Electrónico de Colombia, con quienes se buscará el mecanismo para realizar promoción de la marca CDMX en los portales digitales que agrupa dicha cámara.

Reunión con plataformas digitales como BestDay, PriceTravel, Despegar.com, con la finalidad de posicionar la marca CDMX en sus plataformas, así como posicionar la oferta turística que tiene la CDMX.

➤ **TURISMO LIMPIO**

Marzo – junio

“Turismo Limpio” de la CANIRAC tiene como objetivo que los participantes del sector restaurantero adquieran nuevas habilidades en el Manejo Higiénico de Alimentos, que conocer los aspectos más relevantes sobre las buenas prácticas de higiene, minimizando los riesgos de enfermedades transmitidas por los alimentos en turistas nacionales y extranjeros, desarrollando buenas prácticas de higiene y seguridad, mejorando la imagen internacional de la ciudad, y así ofrecer a sus clientes calidad en las diferentes áreas del restaurante, apoyando a la mejora de los negocios para incrementar el turismo en los corredores turísticos y gastronómicos.

Resultados: Se registró un total de 560 participantes con una asistencia promedio del 85%. 336 participantes de restaurantes establecidos en la Ciudad de México y sus corredores turísticos terminaron satisfactoriamente su profesionalización

➤ **ITB BERLÍN 2019**

Del 6 al 10 marzo.

Participación de la CDMX en el Pabellón de México (CPTM), feria de turismo enfocada al mercado europeo, mercado turístico en crecimiento para la Ciudad de México.

Se promocionó a la Ciudad de México, infraestructura de servicios y oferta turística en su diversidad temática ponderando el programa *CDMX: Capital Cultural de América*.

Se establecieron los contactos de alianza entre directivos de agencias de viajes, operadores mayoristas y especialistas del sector en Europa.

Aproximadamente 160 mil visitantes de 180 países de 5 continentes, distribuidos de la siguiente manera:



- 79% Europa
- 10% Asia
- 5% América
- 5% África
- 1% Oceanía

➤ **CERVEFEST**

Del 15 al 17 de marzo.

Sin inversión, se autorizó el uso de la marca CDMX.

En congruencia con el fomento al turismo nacional e internacional y la encomienda de incentivar a las ferias que desarrollan bienes y productos mexicanos con alto potencial e impacto económico y social, este festival resultó prioritario.

En este contexto el FMPT acordó la presencia, posicionamiento y difusión de la marca CDMX Ciudad de México. La Feria Internacional desarrolló experiencias para los turistas.

La 8a. edición de este evento se realizó constituyendo un espacio familiar, cultural, musical y de negocios idóneo para la promoción de la CDMX y el segmento del turismo gastronómico incentivando la asistencia de turistas nacionales e internacionales.

Resultados: 29 mil asistentes, 300 marcas diversas, alrededor de 500 productos artesanales

➤ **FEMME REVOLUTION FILM FEST**

Del 27 de marzo al 4 de abril.

Es el primer festival internacional de cine con sede en la Ciudad de México que celebró la creación femenina en todos los ámbitos de la industria cinematográfica. El festival visibilizó la participación de las mujeres en el ámbito cinematográfico nacional e internacional, asimismo se consolidó como un lugar de encuentro con el firme compromiso de generar diálogos sobre el papel de la mujer en la sociedad. Se sumó al segmento de turismo cultural y de experiencias, al tiempo que enriqueció la oferta artística fortaleciendo los contenidos de la Capital Cultural de América y posicionando a la ciudad mediante obras que fortalecen los conceptos diversidad, innovación, derechos e inclusión.

Resultados: 6,199 asistentes, 10,500 seguidores en redes sociales, 824,357 impresiones, además de una cobertura mediática de 75 notas y entrevistas

➤ **RUTAS TURÍSTICAS Y GASTRONÓMICAS "AROMAS Y SABORES DE MÉXICO" CANIRAC 2019**

Abril – julio

La Ciudad de México y la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados invitó a recorrer el fascinante mundo de la gastronomía, a través de la Guía Gastronómica y Turística CDMX "Rutas Turísticas y Gastronómicas Aromas y Sabores".

El EBOOK cuenta con una extensa y variada selección de los mejores lugares donde puede disfrutar una excelente comida, con los mejores estándares de servicio y manejo higiénico de los alimentos.

Resultados:

Facebook, con 11,291 seguidores al término del proyecto y Twitter con 12,200 seguidores de la página al término del proyecto.



➤ **FESTIVAL DE LAS FLORES**

Del 4 al 7 de abril

Sin inversión, se autorizó el uso de la marca CDMX.

Durante 4 días se llevó a cabo el *Festival de las Flores* en la Avenida Presidente Masaryk, Polanco. El FMPT se vinculó con un trabajo de equipo con la Alcaldía de Miguel Hidalgo; Festival de las Flores y Jardines (FYJA), Corredor Turístico y la iniciativa privada, lo que impulsó la presencia y difusión de la marca CDMX y de la Ciudad de México, originando un atractivo para los turistas nacionales e internacionales.

Adicionalmente, este proyecto estimuló la economía de los pequeños empresarios del mercado de Jamaica y de los productores de Xochimilco.

Resultados: 140,000 asistentes y la participación de 110 establecimientos. 293,607 impactos mediáticos y un retorno de inversión cercano a los 13 millones de pesos.

➤ **FESTIVAL GASTRONOMICO VERBENA AZCAPOTZALCO**

Del 6 y 7 de abril

En el Parque Tezozomoc se llevó a cabo el Festival Gastronómico Verbena. El objetivo fue resaltar los atractivos de la Alcaldía Azcapotzalco. Este evento generó la participación ciudadana en espacios públicos, así como la difusión de la cultura gastronómica, historia y tradiciones de Azcapotzalco.

Con activaciones que posicionaron la marca CDMX como Capital Cultural de América, asimismo se tuvo presencia de marca con un volumétrico CDMX.

El FMPT generó una campaña digital de *awareness* con 5 artes de Azcapotzalco, una cápsula de *Cómo se vivió el Festival en el Parque Tezozomoc*, a fin de tener presencia de marca y la promoción nacional e internacional.

Resultados: 12,000 asistentes y 35 establecimientos. 100 notas en medios impresos, promoción en medios nacionales e internacionales, de los cuales el 60% fue por internet; 20% en televisión; 10 % prensa; 9% en radio, cobertura mediática y promoción en redes sociales de 27,650 y un retorno de inversión aproximado de 20 millones de pesos.

➤ **TIANGUIS TURÍSTICO DE MÉXICO, EN ACAPULCO**

Del 7 al 10 abril.

En la 44ª edición del Tianguis Turístico México en Acapulco, Guerrero se generaron 47 mil 378 citas de negocios, de las cuales se derivaron transacciones por más de 424 millones de pesos, lo que representó un seis por ciento más en comparación con 2018 de acuerdo a la Secretaría de Turismo Federal. Esta última edición de Tianguis Turístico, representa un récord histórico dado que la Ciudad de México fue anfitriona de 90 prestadores de servicios turísticos y 2 alcaldías, entre quienes, en un pabellón de 288 metros cuadrados generaron 2 mil 860 citas de negocios con compradores de destinos y servicios turísticos nacionales e internacionales.

A lo largo de cuatro días se realizaron actividades paralelas entre las que destacan:

La Ciudad de México junto con otros 4 estados representados por Guanajuato, Jalisco, San Luis Potosí, y Zacatecas, presentaron ante 133 compradores de destinos y 17 medios de comunicación internacionales, los esfuerzos que habrá de realizar de manera conjunta la Región Centro del país en materia de promoción turística.



Se suscribieron seis acuerdos de colaboración con Asociaciones de Hoteles y otros destinos del país con el propósito de realizar promociones cruzadas para multiplicar los esfuerzos en temas de estrategias de promoción, que impactan de manera más robusta al mercado nacional.

La participación de la CDMX en la 44ª edición del Tianguis Turístico de México se alineó al discurso federal de impulsar esta plataforma, nacional e internacionalmente, como un espacio en donde predomina la vocación del turismo como instrumento de desarrollo personal y colectivo.

Participación de más de 100 tour operadores promoviendo atractivos e infraestructura de la CDMX.

Por encima de los retos en materia de seguridad y relación trilateral con América del Norte, para la CDMX el turismo ha sido una ventana para mostrar su diversidad y colocarse como "Capital Cultural de América".

El Fondo Mixto de Promoción Turística impulsó la promoción y comercialización de productos y servicios que esta metrópoli ofrece a viajeros de todo el mundo.

➤ **GLOBAL CHAMPIONS TOUR**

Del 11 al 14 de abril

Sumándose al segmento de turismo deportivo, el Campeonato Mundial de Equitación, *Global Champions Tour*, posicionó a la CDMX y su marca, como ciudad destino receptora de eventos deportivos de alta calidad. Las competencias de alto nivel que fueron desarrollados por los mejores deportistas de la disciplina durante los tres días del evento, en los cuales se manifestó la capacidad de la ciudad para albergar nuevamente eventos de gran trascendencia e impacto mediático. La competencia disciplinaria desarrollada en este campeonato es una de las más populares de los deportes ecuestres y la más usada por los jinetes de hoy en día. Además, es la más moderna especialidad del deporte ecuestre y ha venido a convertir al deporte clásico de la equitación en un deporte de espectáculo.

Con la participación de grandes personalidades internacionales, además de la importante derrama de recursos en la Ciudad de México, aumentando la ocupación hotelera, y coadyuvando al consumo de bienes y servicios locales.

Resultados: 33,500 espectadores, cobertura mediática en 151 medios nacionales e internacionales, lo que implicó el crecimiento de un 48% en comparación con el año de 2018, 350 reporteros cubrieron el evento, crecimiento del 12% en relación a 2018.

También se transmitieron en vivo las competencias por Fox sports para todo México y Centro América, así como transmisiones por Eurosport a 80 países de Europa y Asia, asimismo se retrasmitió por Claro Sports a Centro y Sudamérica. Finalmente, por internet se divulgó por lgct.tv a todo el mundo.

➤ **E CUERPO ENCUENTRO INTERNACIONAL DE ARTE & TECNOLOGÍA WEARABLE 3ª EDICIÓN**

Del 15 de abril al 31 de agosto

La Ciudad de México como capital de innovación a través del Fondo Mixto de Promoción turística consolidó la proyección de E-Cuerpo, que constituye un encuentro internacional de arte & tecnología Wearable, fashion-Tech y nuevas tecnologías, espacio de curaduría, difusión y encuentro de proyectos visionarios y actuales referentes al arte y tecnología vestible y



nuevas tecnologías en el contexto global. Impulsa la innovación y exploración de nuevos paradigmas tecnológicos, vincula arte, moda y tecnología.

Resultados: Alcances en redes sociales: Twitter: 27 mil 491 impactos, 2 mil 462 visitas al perfil; Instagram: 4 mil 180 impactos/interacciones.

➤ **SABOR ES POLANCO**

Del 18 y 19 de abril

La sexta edición de *Sabor Es Polanco* se realizó en los jardines del Campo Marte. Oaxaca fue el estado invitado, además se presentaron más de 250 platillos. Con este evento se promovió la marca CDMX y la oferta gastronómica de la Ciudad de México con el lema *Capital Cultural de América*.

Entre otras activaciones, se instaló el stand para difundir turísticamente el Día de Muertos y la presencia de marca con el volumétrico del logo imagen CDMX, se proporcionaron servicios de maquillaje temático a los participantes.

Como parte de la promoción de la CDMX se realizaron las gestiones para la exhibición de los mexicaneros y alebrijes monumentales en los jardines del Campo Marte.

Resultados: 10,000 asistentes y 75 restaurantes.

➤ **ALEBRIJES ILUMINADOS (PASEOS EN LA ALAMEDA CENTRAL LOS MIÉRCOLES DE NOCHE DE MUSEOS)**

Del 24 de abril al 25 de septiembre

Dentro de las grandes innovaciones que se han sumado al desfile de Alebrijes Monumentales, se encuentra la variante de los Alebrijes Iluminados, concepto influido por la "Fête des Lumières" o el Festival de la Luz realizado anualmente en la ciudad de Lyon en Francia. Con este antecedente el Museo de Arte Popular organizó un taller que convocó 40 artesanos, originándose así los Alebrijes Iluminados con los que actualmente se realizan exhibiciones una vez al mes, dentro de la iniciativa "Noche de Museos". Los Alebrijes Iluminados son representativos de la Ciudad de México y se suman a los elementos que hacen que la CDMX sea la Capital Cultural de América.

Resultados: Se estima una afluencia promedio en cada paseo de Alebrijes Iluminados, de 5 mil personas, dando un total aproximado de **25 mil espectadores**

➤ **ARABIAN TRAVEL MARKET 2019**

Del 28 abril al 1 mayo.

Promoción de la Ciudad de México en ARABIAN TRAVEL MARKET, donde se promocionó la oferta turística y el potencial de la CDMX, la Directora General logró diversos encuentros con la finalidad de ampliar el potencial comercial de la CDMX en el Oriente Medio y la región árabe. Reuniones de nivel con diversos destinos, líneas aéreas como Turkish Airlines y Emirates, hoteles y servicios turísticos, las agencias de viajes, operadores turísticos, intermediadores y especialistas en vacaciones, representantes de grandes corporaciones con programas de incentivos (M.I.C.E), etc.

Más de 2 mil 600 expositores y más de 28 mil visitantes con asistentes de 153 países.

➤ **ACTIVACION TURIBUS JAI-ALAI – DIA DEL NIÑO**

30 de abril



Sin inversión.

Por la apertura del Jai- Alai en el Frontón México se realizó una activación para 22 niños y 11 adultos de la Alcaldía de Miguel Hidalgo que consistió en un recorrido en turibus, además los niños disfrutaron de una convivencia con pelotaris profesionales y se elaboró una cápsula para difusión en las redes sociales del FMPT.

➤ **GESTIÓN, MANEJO DE REDES SOCIALES**

Del 17 de mayo al 20 de diciembre.

Se contrató una empresa para la gestión de las redes sociales y plataformas digitales del Fondo Mixto que promocionan los eventos en la CDMX. Dicha empresa hace cobertura de eventos, genera contenidos, diseño, videos en castellano e inglés y publicaciones en 6 diferentes redes sociales dedicadas a la promoción de la Ciudad de México, así como presentar las métricas y analíticas de dichas publicaciones.

Resultados: Proyecto en Ejecución con resultados parciales. Fans en Facebook: 863,177, alcance total: 47,990,300. Fans en Twitter: 236, 909, interacciones y visualizaciones multimedia: 399,424. Fans en Instagram: 585,135, interacciones y visualizaciones multimedia: 1,533, 476.

➤ **PROMOCIÓN INTEGRAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y/O SU MARCA CDMX, A TRAVÉS DE CURSOS DE ACTUALIZACIÓN, PROMOCIÓN EN LOS MEDIOS DIGITALES Y POSTALES E INVITACIONES AUDIOVISUALES CON LA ASOCIACIÓN DE HOTELES DE LA CIUDAD DE MÉXICO.**

Del 18 de mayo al 31 de diciembre

A través de este proyecto se realizan esfuerzos en conjunto con la Asociación de Hoteles de la Ciudad de México para promocionar a la Ciudad de México, sus atractivos turísticos y su marca CDMX mediante los eventos y proyectos que desarrolla la Asociación, en sus medios digitales, postales e invitaciones audiovisuales con el objeto de difundir la oferta turística de la Ciudad de México, así como a través de la realización de cursos de actualización que brinda la Asociación para los integrantes del sector para generar experiencias de alojamiento extraordinarias a favor de la metrópoli y su marca CDMX.

Resultados: Proyecto en Ejecución con resultados parciales. Se han realizado 35 Cursos de profesionalización en Liderazgo, Servicio al cliente, atenciones a comensales, con una asistencia promedio de 50 personas por curso. Alcance en redes sociales de 97,921 usuarios y 134,136 impresiones acumuladas.

➤ **IMEX FRANFURT 2019**

Del 21 al 23 mayo.

Pabellón de CDMX junto con actores clave del segmento de turismo en de reuniones, a fin de realizar la promoción de la oferta turística de la Ciudad de México, así como los atractivos y nuevos productos de esta metrópoli; es el caso del programa "CDMX: Capital Cultural de América" y sus 14 Festivales culturales como motivo de viaje e identidad comunitaria.

La CDMX atendió 69 citas programadas durante los tres días de la feria con organizadores de eventos, aerolíneas, prensa y otros OCV's.



Esta Feria recibió más de 8 mil 800 visitantes comerciales y tomadores de decisiones globales con poder de compra, más de 14 mil 500 participantes incluyendo expositores procedentes de 160 países.

➤ **FICUNAM**

Segunda Fase: "Gira FICUNAM 2019" Ciudad de México

Del 9 de mayo al 30 de junio

En esta edición se contó con la presencia de marca CDMX en el contenido electrónico de la promoción digital de la Gira FICUNAM 2019 en su paso por la Ciudad de México tanto en la página web de FICUNAM, la del Fondo Mixto de Promoción Turística, así como en las redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram) de FICUNAM.

Resultados: 240 proyecciones con 20 sedes nacionales y afluencia de 11 mil personas.

➤ **FERIA INTERNACIONAL DE LAS CULTURAS AMIGAS.**

Del 31 de mayo al 16 de junio de 2019.

El Bosque de Chapultepec y Complejo Cultural Los Pinos fueron sede de la FICA 2019, evento que fomenta el uso de espacios públicos de la ciudad e incentiva a la ciudadanía vivir una experiencia única llena de cultura, arte, gastronomía y tradiciones de los países expositores y se constituye en una de las acciones para refrendar la posición de la Ciudad de México como "Capital Cultural de América".

Resultados: Contó con 4 millones 790 mil visitantes y la participación de mil 600 expositores de 90 países.

➤ **IBTM AMERICAS**

Del 29 al 30 mayo 2019

Pabellón de la CDMX, como HOST CITY, en una de las plataformas de negocios de la industria de reuniones más importantes de América Latina y del mundo.

Posicionamiento de la CDMX como la puerta de entrada continental para la negociación y encuentro para el mercado de eventos y reuniones en Latinoamérica.

Por primera vez el pabellón de la Ciudad de México estuvo representado por 20 integrantes de la cadena de valor del segmento MICE en esta metrópoli:

Reserva Grupos.

Arena CDMX.

Sofitel Mexico City Reforma.

Centro Citibanamex.

Conexstur.

T & C Group.

Centro de Exposiciones y Congresos UNAM.

Museo Soumaya.

Expo Reforma.

Centro Internacional de Exposiciones y Convenciones WTC Y Pepsi Center WTC Ciudad de México.

Antiguo Colegio de San Ildefonso.

Asociación de Turismo de Reuniones.

Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.



Turibus.

DMS México.

Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados.

Asociación Mexicana de Agencias de Viajes de la Ciudad de México.

Asociación de Hoteles de Ciudad de México.

Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México.

Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México.

Más de 3 mil 800 visitantes, más de 700 Hosted buyers de las Américas, Europa y por primera vez de Asia, más de 400 marcas expositoras.

➤ **WOMEN'S FORUM AMERICAS**

Del 30 al 31 mayo.

Con la finalidad de combatir la trata de mujeres con fines de explotación sexual, el Gobierno de la Ciudad de México, a través del Fondo Mixto de Promoción Turística de la CDMX –en colaboración con el Consejo Ciudadano de Seguridad Pública y Procuración de Justicia y la Asociación de Hoteles de la Ciudad de México–, firmó una carta compromiso para combatir este delito como parte de la campaña #NoEstásSola, ante miembros de la industria hotelera, líderes en política, negocios, sociedad civil y academia en México y América que participaron en el congreso WOMEN'S FORUM AMERICAS.

El compromiso que se firmó entre estos tres organismos consiste en proveer de capacitación a los empleados de 275 hoteles para que puedan identificar a una víctima de trata y explotación sexual y canalizarlas a instituciones que les brinden seguridad.

Los hoteles que se unieron en esta alianza contra la trata de personas son: Camino Real Polanco, Ramada Reforma, Marriot Revolución, Hotel Conde, Courtyard by Marriot, Estoril, Ramada Reforma, Ritz Centro Histórico, Hotel Roosevelt Hotel Westin Santa Fe, Hotel City Express y Hotel CESSA Universidad.

De esta forma el FMPT posiciona a la CDMX como una metrópoli que trabaja por un turismo en el que la violencia y la discriminación por cuestiones de género no tienen cabida. La Directora General del FMPT de la CDMX presentó al turismo como herramienta que promueve la igualdad de hombres y mujeres, los derechos humanos y, en particular, los derechos específicos de los grupos de población más vulnerables.

Asistentes: 1500 hombres y mujeres de negocios, líderes políticos e institucionales; mil miembros activos, 30 sesiones con 100 conferencistas.

➤ **CAMPAÑA DE DIFUSIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y SU MARCA CDMX EN MEDIOS IN FLIGH EN PLATAFORMAS DE AERONAVES PARA TRANSMITIR VIDEOS Y PUBLICIDAD IMPRESA**

Del 15 de junio al 31 de diciembre

Como parte de la campaña de promoción y fomento turístico de la Ciudad de México y su marca a efecto de posicionarla como Ciudad Destino a nivel nacional e internacional, se realiza la promoción a través de medios de alto impacto, específicamente en aeronaves con destinos nacionales e internacionales en la región de América Latina, invitando a los pasajeros a través de los videos de seguridad y publicidad impresa a visitar la Ciudad de México y vivir las experiencias que la misma ofrece.



Resultados: Proyecto en Ejecución con resultados parciales. Campaña en ejecución, con resultados parciales: 176 aviones, 40 destinos nacionales, 36 destinos internacionales, 95,109 vuelos y 12,050,414 impactos.

➤ **FESTIVAL ¡QUÉ GUSTO!**

Del 16 al 23 de junio

Festival ¡Qué Gusto! surgió como una iniciativa turístico - gastronómica celebrándose por primera vez en 2015 con el propósito de acercar la cultura, la tradición y la gastronomía de México al pueblo francés, a través de la oferta de platillos típicos de la cocina mexicana. El Festival ¡Qué Gusto! es el único evento mexicano de su tipo en Francia. Es una plataforma de promoción de México como destino gastronómico y cultural.

Resultados:

Facebook: 91,576 alcance de página (público total que vio la página), 731,000 alcance de los eventos publicados, 2,694 personas que se inscribieron a los eventos, 18,509 visitas únicas de videos, 9,363 interacciones (likes, comments, shares) con las publicaciones

Página web: 10,069 visitantes únicos, 29,802 páginas vistas, 01:44 duración promedio de cada sesión

Instagram: 32,369 impresiones de publicaciones, 1,908 interacciones con las publicaciones, 31,820 impresiones de stories

Taco Challenge: 12 restaurantes participantes, 7,223 visitas en la página Web Taco Challenge, 3,279 votos contabilizados en la página web

➤ **SEGUNDA EDICIÓN DEL FESTIVAL LOVE 4 ALL 2019 QUE TUVO LUGAR EN LA CIUDAD DE MÉXICO.**

22 de junio

El Festival LOVE4ALL evento encaminado a normalizar los diálogos en la sociedad mexicana respecto de la comunidad LGBT, para fomentar espacios incluyentes, dirigido tanto al mercado nacional como internacional. La oferta del festival se ha enfocado en generar cultura de inclusión a través de talleres y platicas educativas y recreativas enfocadas a Familia, empresa y sociedad.

La Ciudad de México se distingue como la capital de la apertura de género propiciando que el sector de turismo LGBT tenga una respuesta positiva en la ocupación hotelera y restaurantera.

Resultados: Con la asistencia de 3,807 personas, 35 panelistas nacionales e internacionales, impactos de campaña de 14,987,969, impactos en medios de 163,377,990 e impactos en redes sociales de 94,383,678. El retorno de inversión de este evento fue de 178,365,959 (fuente proveedor), con un 91 por ciento de menor inversión al 2018 se obtuvo un 75 por ciento mayor de asistencia

➤ **LOS COLORES DE FRIDA:**

Del 05 al 07 de julio

Evento que homenajea a la pintora mexicana Frida Kahló mediante una exposición abierta al público en el Zócalo de la Ciudad de México, a través de diversos carteles en medio de una muestra floral completamente amigable con el medio ambiente, mostrando diversas imágenes inspiradas en la vida y obra de esta mujer icónica del siglo XX y que caracterizan su peculiar estilo artístico.



Resultados: Asistencia de 890,000 personas entre nacionales y extranjeros, así como 89,244,260 impactos en medios.

➤ **PROMOCIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL DE LA MARCA CDMX Y DE LA CIUDAD DE MÉXICO COMO ANFITRIONA DE LA EDICIÓN XIV DE LOS JUEGOS MACABEOS PANAMERICANOS MÉXICO 2019.**

Del 5 al 15 de julio

Juegos Macabeos Panamericanos es una iniciativa constituida por diversos eventos en un marco de convivencia y actividades conjuntas de la identidad de la cultura judía, incentivando el ambiente deportivo con el objetivo de buscar un acercamiento entre las comunidades, es un evento que se realiza alternadamente cada dos años en América Latina y en Israel. Durante la edición 2019 que tuvo como sede la Ciudad de México se promocionó la marca CDMX y a la Ciudad como destino turístico.

Resultados: Alrededor de 50 mil asistentes, 3,084 visitantes extranjeros (registrados) 4,370 participantes, 3,230 atletas (1,153 de México), 22 países participantes, 7,075,589 de impactos publicitarios y cobertura a través de Medios Impresos, Redes Sociales, Web, TV privada. Con derrama económica a la CDMX: Más de USD \$3,978,884.74 y una proyección de beneficio para CDMX de más de USD \$2,000,000 de dólares por retorno de visitantes acorde con Net Promotor Score o NPS (promoción de boca en boca).

➤ **SEMINARIO MARY KAY**

Sin inversión

Del 15 al 19 de julio.

Evento de relaciones públicas en la industria M.I.C.E que se llevó a cabo en Expo Santa Fe, durante cuatro días de actividades en la Ciudad de México.

Resultados: 11,000 personas.

➤ **10ª CONFERENCIA IAS SOBRE CIENCIA DEL VIH (IAS 2019), EN LA CIUDAD DE MÉXICO**

Sin inversión

Del 21 al 24 de julio

Foro de científicos, clínicos, expertos en salud pública y líderes comunitarios, reunidos para examinar los últimos desarrollos de investigación e implementación del conocimiento en el abordaje del VIH/SIDA. La celebración en la CDMX, marca la tercera vez que IAS se lleva a cabo en la región de América Latina y el Caribe. 2001 (Buenos Aires, Argentina) y 2005 (Río de Janeiro, Brasil).

Resultados: Cerca de 6,000 participantes.

➤ **EXPO ÁMBAR**

Sin inversión

Del 7 al 11 de agosto

Proyecto de coordinación y colaboración con el Estado de Chiapas, para su realización se autorizó el uso de la marca CDMX dentro del evento Expo Ámbar que constituye una muestra que reunió a 166 expositores del sector ambarero de 5 Municipios del Estado de Chiapas, la



entrada fue gratuita y abierta al público 5 días durante los cuales fue posible vivir un encuentro entre artesanos líderes y la sociedad en la Ciudad de México.

Resultados: Dicha exhibición se llevó a cabo en la Explanada del Monumento a la Revolución, en un espacio de 30x25 metros, se instalaron 80 stands que brindaron servicio de las 10:00 a las 20:00 horas.

➤ **VIERNES DE KARAOKE**

9 de agosto

Aprovechando el éxito del proyecto viernes de karaoke en el kiosco instalado en la explanada del Zócalo Capitalino y con el fin de exacerbar la emoción que tanto el canto, como la música inspira a los capitalinos, se agrega un ingrediente esencial para motivar la visita de locales y nacionales, la presencia de una figura pública dentro de la rama de la canción que fortalezca esta actividad y a la vez fortifique a la Ciudad de México como Capital Cultural de América.

Resultados: Se logró el propósito de fortalecer a la Ciudad de México como Capital Cultural de América, alegrando los corazones de los participantes y asistentes, el evento tuvo una asistencia de **2 mil** personas.

➤ **AMBULANTE**

Segunda Fase: DOCUMENTALES AMBULANTE EN EL 23 FESTIVAL DE CINE DE LIMA, PUCP

Del 9 al 17 de agosto

El Festival de Cine de Lima PUCP es organizado por la Pontificia Universidad Católica a través de su Centro Cultural y cuenta con la participación de instituciones públicas y privadas del país y del extranjero. En las 22 ediciones celebradas hasta el momento, el Festival de Cine de Lima PUCP, ha logrado consolidarse como un importante espacio de reunión cinematográfica entre los países latinoamericanos. Es así, que este evento, concebido como un festival de formato original, permite, debido al trato personalizado que ofrecen a los participantes, una comunicación inmediata para la futura exhibición y compra de películas, convirtiéndose en una ventana para que las nuevas producciones de nuestro continente que en él se presenten, ingresen luego en los circuitos comerciales de nuestras salas de cine de manera permanente. El festival Ambulante mantiene presencia en distintos festivales internacionales que promueven el cine documental nacional, a través de reuniones con los principales distribuidores, productores y agentes de venta del mundo, un ejemplo de ello es el Festival de Cine de Lima, PUCP.

Resultados: Se logró el posicionamiento de la marca CDMX a través de publicaciones digitales del Festival Internacional de Cine de Lima, PUCP.

➤ **ACTIVACIÓN TURIBUS ESTUDIANTES INTERCAMBIO UNIVERSIDAD IBERO**

Sin inversión

10 de agosto

La Universidad Iberoamericana Ciudad de México organizó, para los estudiantes que recibe de intercambio, la primera actividad de integración en el Centro de la Ciudad de México con la finalidad de que éstos se vean inmersos en la cultura, tradiciones y el fomento al turismo de la CDMX, un "Rally" en el que al menos 80 estudiantes participaron y al término del aludido Rally, abordaron un Turibus que los paseó por la hermosa Ciudad de México.



➤ **CONGRESO DE INTERNATIONAL YOUTH FELLOWSHIP**

Sin inversión

Del 14 al 17 de agosto

Evento de relaciones públicas en la industria M.I.C.E que se llevó a cabo en la Arena CDMX / Universidad Justo Sierra, durante cuatro días de actividades

Resultados: Participaron cerca de 3,000 personas.

➤ **KIDS CHOICE AWARDS**

Del 16 de Agosto al 30 de Octubre

A través del evento Kids Choice Awards México 2019 se elaboraron esfuerzos para posicionar la marca CDMX ante el público infantil y familiar de toda Latinoamérica como un lugar para visitar y disfrutar de eventos y lugares de recreación para toda la familia. Asimismo se hizo pauta publicitaria a la marca CDMX y a la ciudad en 5 canales de alto impacto en Televisión de paga como MTV, Nickelodon, Nick Jr, Paramount, Comedy Central y en sus redes sociales y medios Online.

Resultados: Se alcanzó a 998 mil personas del target con 200 inserciones pautadas en TV. Se generaron un total de 4,547,290 impresiones con un CTR de 0.17 por ciento equivalente a 7 mil 759 clicks. La suma de presencia en los diferentes sitios de Nickelodeon ofreció más exposición.

➤ **PREMIOS CIUDAD**

Del 16 de agosto al 20 de diciembre

Promoción de la Ciudad de México y/o su marca CDMX en la edición 2019 de los Premios Ciudad en los que se exalta y se premian a los personajes que han realizado aportaciones a la Ciudad de México.

Resultados: Proyecto en ejecución.

➤ **CONGRESO CONLATINGRAF EN LA CIUDAD DE MÉXICO**

Sin inversión

19 de agosto

Congreso en el que se reunieron diversos actores empresarios gráficos en un sólo escenario para compartir pensamientos, construir relaciones e identificar oportunidades para sus negocios.

Resultados: Participaron 80 congresistas de la industria gráfica latinoamericana, provenientes de 14 países.

➤ **CONVENIO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA CDMX Y MAZATLÁN**

Celebrado el 22 de agosto de 2019.

El Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México (FMPT CDMX) y el Municipio de Mazatlán, Sinaloa, firmaron un convenio de colaboración con vigencia al 31 de octubre de 2021, el propósito es que ambas ciudades difundan de manera recíproca su respectiva oferta turística, cultural, gastronómica y de entretenimiento.



Constituye una acción multidesdeño en la que participan gobiernos e instituciones, sector público y privado, prestadores de servicios, pequeñas y medianas empresas, emprendedores y trabajadores de las distintas áreas vinculadas al sector turístico.

➤ **EXPO ALCALDÍAS, LA FERIA DE TU CIUDAD 2019 CANACO**

Del 23 al 25 de agosto

Expo Alcaldías 2019, feria en la que participan las 16 alcaldías con el objeto generar la sinergia necesaria que coadyuve en la promoción de la Ciudad como destino de turistas nacionales e internacionales, permitiéndoles en un mismo foro, impulsar y fomentar el desarrollo a través de tres pabellones: Gastronómico, en el que los asistentes disfrutaron de diferentes y deliciosos platillos; este pabellón brindó una experiencia culinaria única, mostrando lo mejor de la cocina mexicana tradicional y contemporánea; Turístico, en el que expuso la oferta turística de cada alcaldía. En este mismo nivel, los asistentes disfrutaron de la oferta cultural más representativa, conferencias, espectáculos de danza, cuenta cuentos, música pop, ópera, actos circenses, por mencionar algunos; y el Pabellón Comercial, en el que un amplio número de empresas ofrecieron diversos productos y además se contó con un espacio dedicado al networking empresarial, en el que los socios y empresarios se reunieron con el objetivo de intercambiar ideas, información y contactos personales y comerciales.

Resultados: Afluencia total: **21 mil 473** personas. **ROI:** 3.8 puntos porcentuales.

➤ **37VA EDICIÓN DEL MARATÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO 2019**

25 de agosto

Sin inversión

Presencia de marca CDMX en medios a nivel nacional e internacional durante la 37va edición del Maratón de la Ciudad de México, único en América Latina con etiqueta de oro por parte de IAAF, que se llevó a cabo el 25 de agosto de los corredores saliendo de Av. Insurgentes a un costado de la Biblioteca Central de la UNAM hacia el Zócalo de la Ciudad de México.

Resultados: Participaron 25 mil 563 corredores en la ruta de 42 kilómetros.

➤ **ACTIVACIÓN DE CATRINAS EN EL METRO DE LA CDMX**

28 de agosto

La Activación consistió en acercarse a 10 personas caracterizadas de "Catrinas" a los usuarios del Sistema de Transporte Colectivo "Metro", para hacerlos partícipes de esta tradición, con la finalidad de hacer levantamiento de video y fotografías promocionales del emblemático "Desfile Internacional de Muertos" de la Ciudad de México, además de promocionar los eventos que realizará el Gobierno de la CDMX relacionados con esta festividad mexicana de reconocimiento internacional.

➤ **ACTIVACIÓN DE CATRINAS EN CONVIVENCIA CULTURAL 2019 EN EL MARCO DEL LA OLIMPIADA DEL CONOCIMIENTO**

29 de agosto

Evento mediante el cual la Jefa de Gobierno reconoció a los jóvenes que participaron en la Olimpiada del Conocimiento, a través de entrega simbólica a 4 niñas de un reconocimiento, ello dentro de la estrategia de la SEP encaminada a fortalecer y reconocer la calidad académica



de las instituciones educativas, para propiciar en los alumnos el desarrollo de competencias básicas y específicas en las diferentes asignaturas mediante presentación de examen por parte de los estudiantes de sexto grado, el Fondo Mixto de Promoción Turística apoyo con activación con personajes del Festival Internacional de Muertos para entretenimiento de los 1000 jóvenes galardonados.

➤ **RECORRIDO LIBRERO**

Sin inversión

29 de agosto

Proyecto de colaboración interinstitucional con el Fondo de Cultura Económica a través del cual se autorizó el uso de la marca CDMX, para el evento denominado "Gran Venta Nocturna Pijamada Literaria", que se realiza cada año y en esta ocasión, con motivo de su 85° aniversario, en colaboración con este Fondo Mixto de Promoción Turística y el Turibus, se llevó a cabo el "Recorrido Librero", que consistió en visitar, a bordo de dos Turibus, tres emblemáticas librerías, los recorridos estuvieron acompañados con las relatorías de grandes autores a bordo y "Cuenta cuentos" en las librerías participantes.

➤ **28 ANIVERSARIO DEL PREMIO AL MÉRITO EMPRESARIAL RESTAURANTERO**

5 septiembre

Evento en el cual se otorga un reconocimiento de calidad otorgado a las personas físicas y morales, miembros integrantes de la actividad económica restaurantera sector turístico y gastronómico que incentiva, distingue y reconoce públicamente a los prestadores de servicios turísticos y gastronómicos de la Ciudad de México, que ofrecen a los turistas nacionales e internacionales calidad de los servicios; fomento, cuidado y protección del patrimonio cultural artístico y turístico; promoción de la Ciudad de México; y la innovación tecnológica.

Resultados:

400 distinguidas personalidades de la industria restaurantera y de la gastronomía nacional; proveedores, académicos, consultores y autoridades de los distintos niveles de gobierno, atrayendo y convocando periodistas nacionales e internacionales, así como a los medios masivos y especializados de comunicación.

➤ **PABELLÓN MEXICO CITY ROOM-PEKIN 122 VENTANAS A LA CDMX, EN EL MARCO DE BEIJING DESIGN WEEK (SEMANA DEL DISEÑO DE BEIJING 2019-DISEÑO SIN FRONTERAS)**

Del 5 al 15 de septiembre de 2019

La Semana de Diseño de Beijing es una muestra en la que tienen presencia la creatividad mundial y el diseño, lo que la hace la plataforma asiática más grande e influyente para el diseño, la promoción, el intercambio, el comercio y la cultura internacional. En 2019, la Ciudad invitada es la Ciudad de México, primera ciudad del continente americano en tener ese honor. A través del Pabellón Interactivo City Room-Pekín, se compartirán momentos de vida sobre la inacabable y diversa Ciudad de México, ya que meterá la galaxia de la Ciudad de México dentro de un solo cuarto y lo llenará de ventanas hacia ella.

Resultados:



Afluencia: Inauguración: 450 mil personas, Visitas al pabellón Mexico Cityroom: 375 mil personas, **Clausura:** 325 mil personas, asistentes a los 10 eventos de la Semana del Diseño en Beijing: 5 millones 240 mil personas.

Redes Sociales: Facebook: 890 mil 751 personas, valor comercial: 89 mil MXN; Instagram: 291 mil 635 personas, valor comercial: 29 mil 160 MXN; Twitter: 232 mil 392 personas, valor comercial: 23 mil 240 MXN; Wechat: 4 millones 873 mil 810 personas, valor comercial: 950 mil 391 MXN; Impacto de menciones y artículos en Redes Sociales: 2 millones 997 mil 114 personas impactadas.

Impacto en medios de comunicación: 80 medios oficiales, 62 medios oficiales en China, 98 artículos digitales, alcance total: 5 millones 338 mil 876 personas.

➤ **IMEX AMERICA, LAS VEGAS**

Del 10 al 12 de septiembre

La Ciudad de México, a través del Fondo Mixto de Promoción Turística, tuvo presencia en la mayor feria del continente americano dedicada a la industria MICE, la cual contó con más de 13.000 participantes incluyendo 3.300 *hosted buyers*, así como 3.500 expositores procedentes de 150 países, 60 de ellos presentes por primera vez, y se concertaron 64.000 citas individuales (un 7% más que el año anterior).

La participación del FMPT en ferias internacionales es vital como parte de la estrategia integral de promoción internacional de la capital del país como ciudad moderna, confiable, creativa e innovadora para la solución de los retos globales en la industria turística.

El FMPT sostuvo reuniones tanto con directivos de los más importantes medios de comunicación especializados, directivos de empresas turísticas internacionales y representantes de agencias desarrolladoras de eventos y convenciones, quienes conocieron la gran oferta cultural y de entretenimiento resaltando el Desfile de Día de Muertos, el 27 de octubre, que genera gran interés a nivel mundial. Entre ellos se encuentran:

Sandra Reed, de Travel Alliance

David Korn, Directivo de Media Group Facilities

Eduardo Chaillo, Gerente General para Latinoamérica de Maritz Global Events

Cathy Kiang, presidenta de Sovereign Luxury Experiences

Larry Brown, comisionado del condado de Clark, Nevada, entre otros.

➤ **AGENCIA DE MEDIOS EXTERIORES**

Del 11 de septiembre al 31 de diciembre

Se contrató una agencia de medios exteriores para colocar publicidad en espectaculares, vallas, carteleras y más medios de publicidad exterior en 15 distintas ciudades de la República Mexicana para promocionar a la Ciudad de México y sus eventos turísticos y culturales.

Resultados: Proyecto en ejecución.

➤ **AGENCIA DE MEDIOS DIGITALES**

Del 12 de septiembre al 31 de diciembre

Se contrató a una agencia de medios digitales para publicar y pautar publicidad de la CDMX y sus eventos en Redes Sociales como Facebook, Instagram, Twitter y Google como parte de un plan estratégico de campañas de publicidad a nivel Nacional e Internacional.



Resultados: Proyecto en Ejecución con resultados parciales. 12,101,391 Impresiones con 284,766 clics al 29 de Noviembre de 2019

➤ **FIESTAS PATRIAS**

Del 13 al 15 de septiembre

En los festejos del grito en el Zócalo de la Ciudad de México se realizaron esfuerzos de promoción la ciudad y posicionamiento de la marca CDMX a través de menciones y agradecimientos durante los eventos culturales por 31 grupos y sus expresiones artísticas, gastronómicas y culturales; presencia de la marca en el escenario principal, producción audiovisual, presencia en Medios de comunicación, y promoción de la Ciudad de México como sede de la celebración de la Fiesta Patria.

Resultados: Más de 130 mil asistentes, 850 mil 500 interacciones generadas de la transmisión en vivo en Redes Sociales, Transmisión oficial simultánea en 13 canales de TV con una audiencia de 8.1 millones.

➤ **2do CONGRESO INTERNACIONAL ACTUAL Y LA 17ª EDICIÓN DE MEETING PLACE CUBA**

Del 16 al 22 de septiembre

Se sostuvieron 46 reuniones con touroperadores, agencias de viaje y organizadores de eventos Se dio a conocer el programa de actividades del Desfile Internacional de Día de Muertos y demás actividades en la CDMX

Promoción de la marca CDMX como destino turístico y de congresos y reuniones

Participación en la Seminario de Capacitación de Meeting Place y ponencia dentro del Congreso ACTUAL

➤ **17º FESTIVAL GASTRONÓMICO DE LA ENCHILADA 2019**

Del 20 al 29 de septiembre 2019

El Festival Gastronómico de la Enchilada 2019 se realizó en el tradicional Barrio de San Lucas, en la Alcaldía Iztapalapa, en la que los visitantes saborearon más de 300 variedades.

En el marco de las fiestas patrias, se realizó el Festival en coordinación con la Ciudad de México (CDMX) y la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC).

En el Festival se dieron cita 35 establecimientos, que ofrecieron un menú especial o sugerencias gastronómicas con el objetivo que los visitantes locales y nacionales se acerquen a conocer sus propuestas culinarias y degusten, a precios preferenciales y accesibles, los platillos y paquetes elaborados con motivo del evento.

Resultados:

Página Web: 9,521 usuarios, 68.83% visualiza la difusión e información del festival gastronómico, 85,6% interesados en la suscripción del evento

Facebook: 11,239 usuarios, 51% de actividades con el evento Festival Gastronómico, 1,408 interacciones con el público

Twitter: 12,2K seguidores, 533 interacciones con el contenido multimedia, 2, 697 tweets

YouTube: 97 suscriptores, 34 videos, 1,4 mil visualizaciones

Instagram: 549 seguidores, 141 publicaciones y 29 interacciones



➤ **GRANDES ARTESANOS DE LA GASTRONOMÍA**

23 de septiembre de 2019

Este evento anual, celebra este año su 8va edición, que deslumbra a la Ciudad de México con su contenido culinario en tanto promueve el arte popular de la Capital a través de las obras de arte que se exhiben en el recinto cultural. En el marco del proyecto son reunidas tradiciones gastronómicas, que mezclan desde los ingredientes más típicos del país, como maíz, chiles, cereales e incluso el chocolate, para lograr la creación de recetas que serán degustadas por el público en general y los invitados e invitadas especiales, quienes deleitarán su paladar con el banquete exhibido.

Resultados: Se promovió a la Ciudad de México como destino turístico, así como su marca CDMX en torno a todas las actividades del evento. Se generaron 100 vocholitos de artesanía huichol con certificado de autenticidad reavivando el arte popular, patrimonio cultural de la Ciudad.

➤ **DESFILE INTERNACIONAL DE DÍA DE MUERTOS**

Del 24 de septiembre al 30 de octubre

Se realizó el Desfile Internacional de Día de Muertos para posicionar a la CDMX como un producto turístico de clase mundial y escala internacional a la altura del carnaval de Río de Janeiro y el festival del año nuevo chino, capitalizando la alta atracción internacional por la tradición del día de muertos para la ciudad, aprovechando el fin de semana del año con mayor cantidad de turistas internacionales presentes en la metrópoli.

Resultados:

2.6 Millones de asistentes al desfile, 2.2 Millones de personas alcanzadas por la transmisión especial en TV, la suma de la cobertura en más de 200 medios Nacionales e Internacionales envíos y en Redes sociales, Menciones y repercusión en medios suman 135 millones 214 mil 976 Impactos estimados. ROI estimado de 158, es decir, la inversión se recuperó 158 veces con una derrama económica de 15 Millones 800 Mil Pesos.

➤ **BRANDEO DE AVIÓN**

Del 24 de septiembre al 31 de diciembre

Este proyecto consiste en posicionar a la Ciudad de México, y la marca CDMX colocando viniles en el fuselaje de un avión 737-800 llevándolo a destinos en México, Ciudades de los Estados Unidos de Norteamérica, Canadá, Centroamérica, Caribe y Sudamérica. Adicionalmente se realiza promoción dentro de 65 aviones a través de material audiovisual en el video de, así como en los salones Premier en los aeropuertos, durante 3 meses; y un evento de lanzamiento dentro de un hangar para presentar el avión brandeado.

Resultados: Proyecto en ejecución.

➤ **CINEMINUTO -COMERCIAL**

Del 25 de septiembre al 04 de octubre

Se realizó la producción de un video comercial en formato de cine minuto para promover a la Ciudad de México, fomentar el turismo, provocar la expectativa internacional en visitar a la CDMX, durante el Festival de Día de Muertos y así invitar al turismo internacional a una de nuestras celebraciones más icónicas.



Resultados: Obra audiovisual "Bailamos con La muerte" en distintas versiones de duración para difundirse en redes sociales con música original. El video se difundió a nivel internacional en Redes Sociales en español e inglés obteniendo una aceptación y despertando el interés en visitantes extranjeros.

➤ **TALLERES DE NETWORKING A PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS**

De octubre a diciembre

Profesionalización a los agentes de viaje sobre la oferta turística de la Ciudad de México como Capital Cultural de América, a través de talleres de networking y profesionalización, mostrando sus bondades y sus nuevos productos. Se esperan cerca de **1400** prestadores de servicios turísticos beneficiados.

➤ **FESTIVAL VÉRTICE. EXPERIMENTACIÓN Y VANGUARDIA**

Del 3 al 27 de octubre de 2019

Festival con programación conformada por actividades culturales en las áreas de la literatura y las técnicas vocales expandidas, la música contemporánea, la danza y el teatro experimentales, así como las plataformas transmedia. Se realizará con el fin de fomentar el trabajo colaborativo entre creadores, así como desarrollar iniciativas, acciones ideológicas y creativas de avanzada. Se contribuye con la preservación y difusión del patrimonio cultural y turístico de la CDMX al mostrar una amplia oferta cultural.

Resultados: Asistencia: 7 mil 164 personas, 205 artistas, 77 actividades, 9 países, 16 recintos.

➤ **26 EDICIÓN MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MEXICO CITY**

Del 7 al 11 de octubre de 2019

Es la plataforma de moda más importante del país, a través de ella, diversos diseñadores han logrado proyectarse a nivel internacional y demostrar la enorme relevancia de la moda mexicana, por lo que ha resultado un foro importante para la promoción de la Ciudad de México y el fortalecimiento de la marca CDMX.

Resultados: Afluencia total 12 mil 940 personas; Medios registrados: 1048, medios acreditados: 191, medios tradicionales: 348 publicaciones con un impacto de 144 millones 860 mil 253 personas y un retorno de inversión de 13 millones 904 mil 801 MXN; Medios en redes sociales: 5 mil 294 publicaciones con un impacto de 180 millones 923 mil 502 personas y un retorno de inversión de 7 millones 538 mil 479 MXN; **ROI total: 13 a 1 = 1290%**

➤ **32 EDICIÓN DE LA CARRERA PANAMERICANA 2019**

Del 10 al 17 de octubre

La Carrera Panamericana es un evento turístico – deportivo de automovilismo clásico, que ya es parte de la historia y tradición en México y ha sido el evento automovilístico de velocidad tipo rally en carretera más importante y de mayor recorrido en el mundo.

La carrera será un recorrido de 3,000 km de sur a norte, una de las etapas más impactantes es la CDMX, al entrar al centro de la ciudad para estar después dos horas frente al majestuoso Bellas Artes.

Resultados:



En particular, el "Estimated Reach" de las publicaciones del día 12 de octubre fue de: 1,272,954. Detonado principalmente por el impulso de las etiquetas #CapitalCultural / #PanamericanaPorMéxico / #VisitMexico / #CDMX / #VisitaCDMX; el uso del hashtag #CapitalCultural en las publicaciones de La Carrera Panamericana durante todo el ciclo del evento, tuvo un total de: 604,318 impresiones; alcance en Redes Sociales (Menciones CDMX): 510,152; visitas al sitio web oficial: 82,811; ROI TOTAL 617,333.18; total de impactos en redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter): \$ 220,147,754; total de impactos en medios (Internet, periódico, revista, TV, radio y redes sociales): 97,648,012

➤ **PROMOCIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y POSICIONAMIENTO DE LA MARCA CDMX EN EL MAPA TURÍSTICO DE LA GRAN CIUDAD DE MÉXICO POR JORGE ESCUDERO DE SYBARIS**

Del 10 de octubre al 10 de noviembre

Estrategia de promoción de la Ciudad de México y la marca CDMX en el Mapa Turístico de la Gran Ciudad de México por Jorge Escudero de Sybaris.

Difusión de información de atractivos turísticos y servicios a nivel local, nacional e internacional.

Resultados: 5000 mapas como material promocional para distribución en eventos del FMPT CDMX, además de entregarlo a medios de comunicación, touroperadores, agentes de viajes, organizadores de congresos, convenciones, ferias y exposiciones, promotores culturales, deportivos y de industrias creativas, así como restaurantes y hoteles.

➤ **COMMON ACTION FORUM (CAF) EN LA CIUDAD DE MÉXICO**

14 DE OCTUBRE DE 2019

Por primera vez se llevó a cabo en la Ciudad de México el Foro Anual del *Common Action Forum* (CAF), evento mediante el cual académicos, políticos, medios de comunicación, sociedad civil, artistas y periodistas confluyeron en un espacio para realizar propuestas innovadoras, orientadas a promover el desarrollo a nivel mundial.

La Ciudad de México se convirtió en la primera ciudad en Latinoamérica en realizar el foro anual del CAF, a fin de hacer de la capital de México sede de Congresos y Convenciones internacionales y epicentro de debates globales.

Se logró que la CDMX reciba al CAF en el periodo de 2020 al 2024.

➤ **LVII ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA DE LA ASOCIACIÓN DE LA HERÓICA ESCUELA NAVAL MILITAR**

Del 14 al 19 de octubre

Presencia de la marca CDMX en el Antiguo Colegio de San Ildefonso, sede de la LVII Asamblea General Ordinaria de la Asociación de la Heroica Escuela Naval Militar.

Presencia de la marca CDMX en medios impresos y digitales: el sitio web, contenido editorial en las redes sociales y folleto.

Primera vez que se realiza dicha Asamblea en la CDMX.

➤ **DESFILE DE ALEBRIJES MONUMENTALES**

Misma inversión reportada en Alebrijes Iluminados

Desfile: 19 de octubre



Exhibición pública en Paseo de la Reforma: Del 19 de octubre al 3 de noviembre

Los alebrijes son producto de la inventiva del artesano originario de la Ciudad de México, Pedro Linares López. Consisten en figuras extraordinarias, conjunción de lo real y lo imaginario que funden caprichosamente diferentes animales en un solo cuerpo, como parte del reflejo de la imaginación popular de los artesanos mexicanos, símbolo del colorido y representantes de la exuberante biodiversidad que en materia de fauna podemos encontrar en nuestro país y elemento emblemático y exclusivo de la Ciudad de México, reforzándola como Capital Cultural de América. Aunado al éxito latente en la afluencia a este evento, se sumó desde 2014, una estrategia de difusión en redes sociales que permite a los asistentes compartir su experiencia mediante fotografías, circunstancia que permite llegar a los más de 181 mil seguidores en Facebook y que se replicó en Twitter, en donde el Museo de Arte Popular cuenta con alrededor de 243 mil seguidores y en Instagram con casi 70 mil seguidores.

Cabe destacar que durante la edición 2019 se estima la asistencia de 1 millón doscientos mil espectadores, lo que se suma a los más de 19 millones de personas que a lo largo de las anteriores ediciones han disfrutado de esta fantástica alegoría organizada por el Museo de Arte Popular y que se ha convertido en una tradición cultural anual, que llena de magia, alegría y color a la Ciudad de México.

Resultados: Asistentes: Durante esta edición, el desfile y la exhibición de Alebrijes Monumentales contó con **1 millón 150 mil visitantes**.

➤ **DIFUSIÓN DE UN COMERCIAL EN SALAS DE CINE**

Del 21 al 31 de octubre

Se difundió un comercial con motivo de la celebración del Día de Muertos para fomentar el turismo a la Ciudad de México a través de salas de cine de alto impacto en Ciudades como Monterrey y Guadalajara para generar el interés y activar el turismo a la Ciudad de México con motivo de disfrutar el Festival de día de Muertos.

Resultados: Se proyectó 1 mil 275 veces en 255 salas de cine en las principales ciudades de la República, seleccionando las salas de mayor afluencia, provocando un impacto de 802 mil 201 personas.

➤ **VIDEOMAPPING MONUMENTO A LA REVOLUCIÓN**

Del 23 al 27 de octubre

Se realizó un evento Inaugural para el Festival de Día de muertos con un Videomapping en el Monumento a la Revolución para Posicionar los festejos tradicionales de Día de Muertos que realiza la Ciudad de México como un producto turístico de clase mundial y escala internacional, generando una experiencia extraordinaria en los asistentes, así como una expectativa para el turismo nacional e internacional por medio de la viralización de las fotografías e imágenes del espectáculo.

Resultados: Se estimó una asistencia de 40 mil personas durante los 3 días que se presentó el Videomapping. Se calcularon más de 150 publicaciones en redes sociales oficiales, más las realizadas por todos los asistentes los diferentes días que se celebró el evento. Hubo una cobertura por más de 23 medios nacionales con un total de 20 millones 135 mil 763 impactos.



➤ **FAM TRIP PARA APOYAR LA VISITA A LA CIUDAD DE MÉXICO DE STEFAN RAMBOW, PERIODISTA DE VIAJES DE ORIGEN ALEMÁN DURANTE LOS DIVERSOS EVENTOS DEL DÍA DE MUERTOS**

Del 26 de octubre al 4 de noviembre

Se documentó y habló de Ciudad de México a través de los reportajes con reconocimiento global de Stefan Rambow (periodista alemán con asignaciones de reportajes para diferentes medios de comunicación que transmiten sus diversos artículos alrededor del mundo) sobre los eventos del Día de Muertos en la Ciudad de México.

Además, que en 2018 la Ciudad de México recibió a más de 114 mil 096 turistas alemanes, siendo así el onceavo país más importante en visitar la capital.

Los festejos de Día de Muertos en la Ciudad de México son eventos ancla considerados para las acciones relativas a los viajes de familiarización

Resultados:

https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=3215443585140865&id=1277452255606684

<https://twitter.com/larapaola1/status/1189636711564926976?s=12>

<https://www.cinesoundz.de/>

<https://twitter.com/LaraPaola1/status/1188909715754868736>

<https://www.cinesoundz.de/travelz>

<https://www.cinesoundz.de/travelz/5713-dia-de-los-muertos-mexico-2019>

➤ **58TH ICCA CONGRESS**

Del 27 al 30 de octubre

ICCA Congress se llevó a cabo en Houston, Texas, Estados Unidos de América, del 27 al 30 de octubre de 2019, como una de las plataformas más importantes para la colaboración, intercambio de información y el desarrollo regional de la industria de reuniones.

Los representantes del FMPT tuvieron la oportunidad de recibir mentorías y discutir los desafíos que afectan a sus destinos, analizar el crecimiento de los negocios para la región y fortalecer las conexiones entre los país y ciudades miembros ICCA.

➤ **WORLD TRAVEL MARKET LONDON**

Del 4 al 6 de noviembre de 2019

Se dio a conocer la infraestructura, conectividad, productos, servicios e innovaciones de la Ciudad de México como destino turístico y de reuniones.

Fue una oportunidad de visibilizar la marca CDMX-Ciudad de México ante más de 5,000 expositores de 182 países y cerca de 52 mil profesionales de la industria turística, ministros y autoridades gubernamentales, así como medios de comunicación especializados.

➤ **"SHOWCASE", EN EL MUSEO SOUMAYA**

6 de noviembre

El showcase en el Museo Soumaya se realizó en el marco el Programa "Ciudad de México. Capital Cultural de América", a fin de generar una imagen positiva de la capital de México y fomentar el conocimiento y entendimiento de los Derechos Humanos desde la infancia en apego a la noción del turismo como "instrumento de desarrollo personal y colectivo", de conformidad con el *Código Ético Mundial para el Turismo* de la Organización Mundial de Turismo, en su Artículo 2.



➤ **PAUTA EN TELEVISIÓN ABIERTA**

Del 15 de noviembre al 15 de diciembre

Promover la oferta turística de la Ciudad de México, a publicidad en televisión abierta en transmisión nacional para que un público cautivo, conozca en tiempo real los contenidos culturales y recreativos que realiza la Ciudad de México, generando un interés para la asistencia al Festival Celebrando en la Ciudad a celebrarse durante las festividades decembrinas en el Zócalo Capitalino.

Resultados: Proyecto en ejecución.

➤ **LIBRO "CAPITAL CULTURAL DE AMÉRICA"**

Del 15 de noviembre al 20 de diciembre

Edición, publicación y promoción del libro "Ciudad de México, Capital Cultural de América" para destacar los puntos de mayor interés en la Ciudad, tales como espacios arquitectónicos, monumentos, cultura, tradiciones, museos, personajes, gastronomía, pasajes, arte, así como el ocio, recreación y entretenimiento que ofrece, con el objetivo de fomentar el esparcimiento de cultura en la Ciudad, soportadas con publicaciones especializadas, atrayendo visitantes internacionales y extranjeros a la Ciudad de México.

Resultados: Proyecto en ejecución.

➤ **FESTIVAL INTERNACIONAL DE LAS ARTES P.I. TCHAIKOVSKY**

Del 25 de noviembre al 2 de diciembre de 2019

Atractivo para turistas y visitantes nacionales y extranjeros como actividad cultural en un recinto histórico como el Museo del Telégrafo de la CDMX

Promoción de la Ciudad de México y la marca CDMX en redes sociales de 15 artistas provenientes de Rusia, Estados Unidos y México

Presencia de marca CDMX en back de conferencia de prensa, invitaciones electrónicas e impresas y banners.

Difusión de la CDMX en medios internacionales desde la cobertura del evento.

➤ **25ª EDICIÓN DEL GRAN FESTIVAL DE LOS BEATLES EN MÉXICO**

Del 5 al 8 de diciembre de 2019

Este Gran Festival congrega en un solo espacio a la mayor cantidad de admiradores con que cuenta la agrupación en México, para disfrutar de las diversas actividades relacionadas con ellos, como son conciertos, exposiciones, conferencias, proyección de películas, intercambio de souvenirs, experiencias y anécdotas, lo que lo convierte en un excelente foro para promover a la Ciudad de México como destino turístico y fortalecerla como la Capital Cultural de América.

➤ **VIDEO Y SPOT PROMOCIONAL "BIENVENIDOS A LA CIUDAD DE MÉXICO"**

Del 15 de noviembre al 20 de diciembre

Realización del video "Bienvenidos a la Ciudad de México" en español, inglés y japonés, así como un Spot radiofónico, con la finalidad de presentar los puntos de mayor interés en la CDMX como monumentos, espacios arquitectónicos, bibliotecas, centros de cultura,



tradiciones, museos, personajes, gastronomía, paisajes, arte, así como festivales, recreación y entretenimiento que ofrece.

Resultados: Los videos y el Spot se realizaron satisfactoriamente y ya comenzaron a difundirse en distintos medios publicitarios, tales como IN-Flight, Redes Sociales y en pantallas diversas.

➤ **CREACIÓN DE 3 VIDEOS PROMOCIONALES DE LA CDMX**

Del 15 de noviembre al 20 de diciembre

Producción, musicalización y realización de 3 videos en los que se muestra la oferta de la Ciudad de México, para mostrar espacios, ambiente, gente e historias que proyectan a cultura, el arte culinario y sus atractivos, y promocionar la marca CDMX y la Ciudad de México: "Paisajes de la CDMX", "Eventos y experiencias en el Centro históricos", "Alcaldeando en Cuauhtémoc".

Resultados: Los Videos han sido realizados y se han comenzado a difundir en Redes Sociales, y diversas pantallas.

➤ **CONTENIDO EDITORIAL EN FORMATO DIGITAL CON DIFUSIÓN EN TOKIO JAPÓN**

Del 15 de noviembre al 20 de diciembre

Desarrollo y Publicación de una nota editorial en un medio digital de prestigio internacional con presencia en Tokyo para promocionar los valores y la riqueza de la Ciudad de México y a su vez atraer a extranjeros de todo el mundo a visitar la CDMX.

Resultados: Servicio en ejecución.

➤ **FESTIVAL CELEBRANDO EN LA CIUDAD**

Del 15 de noviembre al 31 de diciembre de 2019

Este Gran Festival congrega en un solo espacio a la mayor cantidad de admiradores con que cuenta la agrupación en México, para disfrutar de las diversas actividades relacionadas con ellos, como son conciertos, exposiciones, conferencias, proyección de películas, intercambio de souvenirs, experiencias y anécdotas, lo que lo convierte en un excelente foro para promover a la Ciudad de México como destino turístico y fortalecerla como la Capital Cultural de América.

➤ **OMT 2019**

Del 1 de enero al 31 de diciembre.

A partir del mes de junio de 2018, el FMPT fue aceptado por la Organización Mundial del Turismo (OMT) como miembro afiliado, de esta forma se mantiene el intercambio de conocimientos sobre la promoción turística, el desarrollo incluyente, el cuidado ambiental y la expansión de políticas turísticas para la CDMX.

El personal del FMPT-CDMX asistió a la Reunión de Miembros Afiliados de la OMT, en el Hotel Presidente Intercontinental de la CDMX, para analizar los siguientes temas:

- Ventajas de la membresía: alianzas con el sector público y privado, plataforma interactiva, acceso a eLibrary, Barómetro de la OMT, datos estadísticos, uso del logo, participación en grupos de trabajo y redes, así como vinculación y apego a estrategias internacionales.

- Perfil de miembros: universidades, centros de enseñanza e investigación, asociaciones profesionales, agencias de promoción, oficinas de turismo y gestión empresarial, organismos de gestión de destinos, hoteles, ferias comerciales así como gestión de exposiciones, agencias



de viajes y operadores turísticos, compañías de transporte, centros de investigación y medios de comunicación, entre otros.

- Distribución geográfica de los miembros: 57% Europa, 22% Américas, 12% Asia y el Pacífico, 3% África y 3% Medio Oriente.

➤ **ICCA 2019**

Del 1 de enero al 31 de diciembre.

El FMPT forma parte del *International Congress and Convention Association (ICCA)*, dicha asociación representa a proveedores líderes mundiales en materia de turismo de reuniones y eventos internacionales, asimismo cuenta con una base de datos para la atracción de congresos internacionales a la CDMX.

Brinda las herramientas para la planeación estratégica, a fin de apoyar las candidaturas a congresos y convenciones internacionales a la CDMX.

Para el turismo de reuniones la Ciudad de México en el ranking ICCA 2018:

- 53 reuniones certificadas
- 5º lugar en América Latina
- 45 del mundo

FAM TRIP, VISITAS DE INSPECCIÓN Y VIAJES DE POSTULACIÓN

Los viajes de familiarización-promoción son visitas experienciales o acciones estructuradas para dar a conocer los atractivos, productos y servicios turísticos que hacen única la Ciudad de México, a través de estas acciones el FMPT-CDMX logra ampliar el conocimiento de la Ciudad de México e impulsa una imagen positiva de la capital del país.

➤ Fam Trip:

- España
- Montreal
- Medio: La Lista De Erick
- Paris
- Medios de Latinoamérica y Estados Unidos de América.

Visitas de Inspección

Como parte de las acciones de apoyo a la promoción de todo el segmento de Turismo de Reuniones mediante visitas de inspección, el FMPT colabora con las empresas especializadas e involucradas en la cadena de valor del sector Congresos, Convenciones, Ferias y Exposiciones (M.I.C.E por sus siglas en inglés) para conocer la infraestructura, productos y servicios que tiene la CDMX en esta materia para la atracción de congresos.

VISITA DE INSPECCIÓN

Congreso Digital Media LATAM 2020, de la Asociación Internacional de Periodistas WAN-IFRA



RELACIONES PÚBLICAS EN LA INDUSTRIA M.I.C.E

➤ **SEMINARIO MARY KAY**

SIN INVERSIÓN

Del 15 al 19 de julio

En Expo Santa Fe

Durante cuatro días de actividades se recibieron en la ciudad de México a 11,000 personas en total.

➤ **10ª CONFERENCIA IAS SOBRE CIENCIA DEL VIH (IAS 2019), EN LA CIUDAD DE MÉXICO**

Del 21 al 24 de julio

SIN INVERSIÓN

Foro de científicos, clínicos, expertos en salud pública y líderes comunitarios, reunidos para examinar los últimos desarrollos de investigación e implementación del conocimiento en el abordaje del VIH/SIDA.

Cerca de 6,000 participantes. La celebración en la CDMX, marca la tercera vez que IAS se lleva a cabo en la región de América Latina y el Caribe. 2001 (Buenos Aires, Argentina) y 2005 (Río de Janeiro, Brasil).

Apoyo en la elaboración de diseño de arte para la promoción del congreso

➤ **CONGRESO CONLATINGRAF EN LA CIUDAD DE MÉXICO.**

19 de agosto

SIN INVERSIÓN

Participaron 80 congresistas de la industria gráfica latinoamericana, provenientes de 14 países, reunidos en este escenario para compartir pensamientos, construir relaciones e identificar oportunidades para sus negocios, una cita a la que ningún empresario gráfico puede faltar.

Se entregó material de promoción de la Ciudad de México: 100 libros "200 Lugares Imprescindibles del Centro Histórico, de Rafael Pérez Gay y Héctor de Mauleón"

➤ **CONGRESO DE INTERNATIONAL YOUTH FELLOWSHIP**

Del 14 al 17 de agosto

SIN INVERSIÓN

En la Arena CDMX / Universidad Justo Sierra.

Durante cuatro días hubo actividades en las que participaron cerca de 3,000 personas.

➤ **HOSPITALITY TECH & MARKETING SUMMIT**

7 y 8 de octubre

SIN INVERSIÓN

Congreso de tendencias en marketing y tecnología en la industria del turismo con la participación de 70 empresas y 200 congresistas en un programa de conferencias y reuniones.

Alianzas con touroperadores y agencias de viaje para realizar networking y capacitación



Presencia de la marca CDMX en material de promoción y artes del congreso.
Agenda de reuniones del FMPT-CDMX: 6 citas de alianza con proveedores de servicios y hoteles.

- **24 TH CONGRESS OF THE WORLD ASSOCIATION FOR SEXUAL HEALTH (WAS) & XII CONGRESO NACIONAL DE EDUCACIÓN SEXUAL Y SEXOLOGÍA**
12 al 15 de octubre
SIN INVERSIÓN
Cerca de 6,000 participantes en el WTC
Difusión y arte del congreso
Presencia de marca CDMX con volumétrico en piso de conferencias y área común
Promoción de la Ciudad de México con videos en los coffee break proyectados en pantallas y presencia de marca CDMX
- **VI CONGRESO DE COACHING & MENTORING**
SIN INVERSIÓN
Se entregó material de promoción de la Ciudad de México: 20 libros "200 Lugares Imprescindibles del Centro Histórico, de Rafael Pérez Gay y Héctor de Mauleón"
- **TERCER CONGRESO INTERNACIONAL DE DOBLAJE "VOICE MASTERS"**
Del 18 al 20 de octubre
SIN INVERSIÓN
Apoyo en la organización de la conferencia de prensa para anunciar los detalles del Congreso Voice Master, el cual reunió a más de 500 actores, locutores, comunicadores y publicistas de doblaje de América y Europa en la CDMX.
Actividades destacadas: 16 conferencias en vivo, 15 talleres intensivos, Colombia como país invitado, participación de 20 estados de la República Mexicana y la entrega de los Premios Lavat, Premios a Lo Mejor de la Locución y el Doblaje.
Presencia de la marca CDMX en publicidad impresa y de redes sociales del evento
- **GO LIVE GUPO REAL TURISMO/POLANCO**
20 de octubre
SIN INVERSIÓN
Se entregó material de promoción de la Ciudad de México: 200 libros "200 Lugares Imprescindibles del Centro Histórico, de Rafael Pérez Gay y Héctor de Mauleón"
- **9TH "CIENI-OAXACA HIV MEETING 2019", EN LA CDMX**
31 DE OCTUBRE AL 2 DE NOVIEMBRE DE 2019
SIN INVERSIÓN
Se otorgó apoyo con transporte terrestre de los congresistas en la CDMX
Presencia de la marca CDMX en material promocional del congreso
Presencia de marca a través de volumétrico CDMX
- **5º CONGRESO NACIONAL DE GRÚAS INDUSTRIALES AGEDI (Asociación de Grúas, Equipos y Dispositivos Industriales A.C.)**



DEL 7 AL 9 DE NOVIEMBRE DE 2019

SIN INVERSIÓN

Apoyo con recorridos turísticos a participantes del congreso y acompañantes

Presencia de la marca CDMX

Volumétrico en el piso de exposición y en el coctel de bienvenida

El apoyo en especie para los congresos y convenciones que se realizan en la CDMX, ayuda a afianzar a esta ciudad como destino de reuniones.

➤ **6 DEGREES CIUDAD DE MÉXICO**

11 de noviembre

Por primera vez se llevó a cabo en la Ciudad de México este Foro Global para la inclusión, la **diversidad y el diálogo entre la ciudadanía** en el que **reconocidos activistas** presentaron alternativas para contrarrestar las crecientes divisiones en la sociedad.

La Ciudad de México se agrega como centro internacional junto con Berlín y Toronto, sedes donde el foro se ha llevado a cabo.

Presencia de la marca CDMX, en este espacio que posiciona a la capital de México como líder en la generación de la economía del conocimiento de negocios, inclusión, diversidad, política, sociedad civil y arte para construir conexiones.

1. ACUERDOS Y CONVENIOS

➤ **ACUERDO DE COLABORACIÓN CIUDAD DE MÉXICO Y LA CEF-UNIVERSIDAD A DISTANCIA MADRID Y EL INSTITUTO IBEROAMERICANO DE MOVILIDAD INTERNACIONAL**

24 de enero

Firma del acuerdo de colaboración en materia de promoción turística entre el Fondo Mixto de Promoción Turística, la CEF- Universidad a Distancia de Madrid y el Instituto Iberoamericano de Movilidad Internacional, a fin de llevar a cabo el evento Turismo CDMX, Tradición y Vanguardia, con el que se contribuirá al posicionamiento internacional de la marca CDMX y se difundirá a la capital de México como destino cultural, deportivo, educativo y médico.

➤ **CONVENIO DE COLABORACIÓN CIUDAD DE MÉXICO Y MADRID**

29 de marzo

Se desarrollarán acciones en conjunto CDMX-Madrid a fin de multiplicar los resultados de promoción turística para ambas ciudades, a través de una serie de eventos, el intercambio de publicidad, la participación de las marcas-destino en festivales y eventos representativos. La exposición de las marcas-destino generará, además del conocimiento que trae consigo la exhibición en el espacio público, un flujo económico que se traducirá tanto en el arribo de un mayor número de turistas de la capital mexicana a la madrileña -y viceversa-, así como en el intercambio de saberes entre personas que se ven involucradas en el desarrollo de procesos turísticos, artísticos, de negocios, culturales o gastronómicos.



➤ **CONVENIO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA CDMX Y MAZATLÁN.**

Del 22 de agosto de 2019 al 31 de octubre del 2021

El Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México (FMPT CDMX) y el Municipio de Mazatlán, Sinaloa, firmaron un convenio de colaboración con el propósito de que ambas ciudades difundan de manera recíproca su respectiva oferta turística, cultural, gastronómica y de entretenimiento.

Acción multidestino en la que participan gobiernos e instituciones, sector público y privado, prestadores de servicios, pequeñas y medianas empresas, emprendedores y trabajadores de las distintas áreas vinculadas al sector turístico.

2. TRABAJAMOS BAJO LOS LINEAMIENTOS DE 2 GRANDES ASOCIACIONES INTERNACIONALES: OMT E ICCA

➤ **OMT 2019**

Del 1 de enero al 31 de diciembre

A partir del mes de junio de 2018, el Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México fue aceptado por la Organización Mundial del Turismo (OMT) como Miembro Afiliado, de esta forma el FMPT sostiene un intercambio de conocimientos sobre la promoción turística, el desarrollo incluyente, el cuidado ambiental y la expansión de políticas turísticas para nuestra ciudad.

El lunes 17 de diciembre de 2018, la Directora General del FMPT-CDMX, asistió a la REUNIÓN DE MIEMBROS AFILIADOS DE LA OMT, en el Hotel Presidente Intercontinental de la CDMX. Ahí se abordaron:

Ventajas de la membresía: Alianzas con el sector público y privado, plataforma interactiva, acceso a eLibrary, Barómetro de la OMT, datos estadísticos, uso de logo, participación en grupos de trabajo y redes, vinculación y apego a estrategias internacionales, etc.

Perfil de miembros: Universidades, centros de enseñanza e investigación, asociaciones profesionales, agencias de promoción, oficinas de turismo y gestión empresarial, organismos de gestión de destinos, hoteles, ferias comerciales y gestión de exposiciones, agencias de viaje y operadores turísticos, compañías de transporte, centros de investigación y medios de comunicación, entre otros.

➤ **ICCA 2019**

Del 1 de enero al 31 de diciembre

Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México forma parte de "International Congress and Convention Association" (ICCA), dicha asociación representa a proveedores líderes mundiales en materia de turismo de reuniones y eventos internacionales, asimismo permite el acceso a base de datos para la atracción de congresos internacionales a la CDMX. Buscamos la planeación estratégica para el apoyo de candidaturas, a fin de atraer congresos y convenciones internacionales a la CDMX.

Ciudad de México en el ranking ICCA 2018 en el 5 lugar en América y 45 del mundo por su número de reuniones 53.



3. ATRACCIÓN DE CONGRESOS

2020
CONGRESOS GANADOS
Congress of the World Federation of Pediatric Intensive & Critical Care Societies WFPICCS/SLACIP
POSTULACIONES
XXIV BIENNIAL MEETING OF THE INTERNATIONAL SOCIETY FOR EYE RESEARCH
World News Media Congress WAN-IFRA
Congreso Mundial de Ciencias Políticas IPSA
World Youth and Student Travel Conference (WYSTC)
Organic World Congress & General Assembly of the International Federation of Organic Agriculture Movements IFOAM
INTERNATIONAL CONFERENCE ON FAMILY PLANNING
7th Continental Congress of Dermatology y 66 Congreso Internacional de Diagnóstico y Tratamiento en Dermatología 2020
International Workshop on Air Quality Forecasting Research (IWAQFR)
2021
POSTULACIONES
American Society for Aesthetics. ASA
World Environmental Education Congress WEEC
2022
POSTULACIONES
World Congress for Neurorehabilitation
Conference of the International Bar Association -IBA-
2024
World Congress of the Wound Healing Societies WUWHS
2025
GANADOS
Lions Clubs International Convention, del 4 al 8 de julio



DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN

Subdirección de Recursos Materiales, Abastecimientos y Servicios

Con fundamento en el Artículo 30 fracción I de la Ley de Adquisiciones para el Distrito Federal, el Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México durante el periodo de 01 de enero – 30 de noviembre de 2019, se realizó un procedimiento de Licitación Pública.

Con fundamento en el Artículo 56 fracción V de la Ley de Adquisiciones para el Distrito Federal, el Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México durante el periodo de 01 de enero – 30 de noviembre de 2019, se han llevado a cabo 12 invitaciones restringidas a cuando menos tres proveedores, declarándose desierta 1

Durante el mismo periodo se celebraron 6 ordinarias y se 15 sesiones extraordinarias del Subcomité de Adquisiciones, Arrendamientos y Prestación de Servicios, donde fueron autorizados por el pleno del Órgano Colegiado 31 casos, los cuales son los siguientes:

Cifras en millones de pesos

PROMOCIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO COMO DESTINO TURÍSTICO Y DE REUNIONES EN EL MARCO DE LA FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO 2019 (FITUR 2019) A CELEBRARSE DE 23 AL 27 DE ENERO DE 2019 EN MADRID, ESPAÑA (BE EXPERTISE, S.A. DE C.V.)	1.2
PROMOCIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y PRESENCIA DE LA MARCA CDMX EN EL MARCO DEL EVENTO "FEMME REVOLUTION FILM FEST" (SERVICIO INTEGRAL) (CLENPROCESS, S.A. DE C.V..)	1
ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN DE TURISMO GASTRONÓMICO LOCAL. VERBENA AZCAPOTZALCO: FESTIVAL GASTRONÓMICO DE AZCAPOTZALCO Y LA CIUDAD DE MÉXICO 2019. (CIUDAD CHILANGO, S.A. DE C.V.)	.5
PROMOCIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y POSICIONAMIENTO DE LA MARCA "CDMX" EN EL MARCO DEL DEL EVENTO "GLOBAL CHAMPIONS TOUR MÉXICO 2019" (SERVICIO INTEGRAL) (EQ MARKETING, S.A. DE C.V.)	2.3
PROMOCIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y LA MARCA CDMX MEDIANTE LA REALIZACIÓN DE VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN, VISITAS DE INSPECCIÓN Y/O ACCIONES DE POSTULACIÓN A NIVEL LOCAL, NACIONAL E INTERNACIONAL DURANTE EL EJERCICIO 2019. (EUROAMERICA, PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS, S.A. DE C.V.)	1.9
PROMOCIÓN DE LA CDMX Y/O SU MARCA CDMX, A TRAVÉS DE CURSOS DE ACTUALIZACIÓN, PROMOCIÓN EN LOS MEDIOS DIGITALES, Y POSTALES E INVITACIONES AUDIOVISUALES CON LA ASOCIACIÓN DE HOTELES DE LA CIUDAD DE MÉXICO. (ASOCIACIÓN DE HOTELES DE LA CIUDAD DE MÉXICO, A.C.)	7.5
PROMOCIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y FORTALECIMIENTO DE LA PRESENCIA DE MARCA CDMX, EN EL MARCO DEL PROYECTO DENOMINADO "EXPO ALCALDÍAS, LA FERIA DE TU CIUDAD 2019" (SERVICIO INTEGRAL) (CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO DE LA CIUDAD DE MÉXICO)	10
CONTRATACIÓN DE UNA PERSONA MORAL QUE GESTIONE INTEGRALMENTE LA CREACIÓN, REALIZACIÓN, PRODUCCIÓN, EJECUCIÓN, SEGUIMIENTO, COMPROBACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y/O MARCA CDMX EN NEL MARCO DE LA INDUSTRIA GASTRONÓMICA -TURÍSTICA, INCLUSIÓN QUE SE REALIZARA A LO LARGO DEL 2019	7.5



(CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE RESTAURANTES Y ALIMENTOS CONDIMENTADOS.)	
SERVICIO INTEGRAL PARA LA CELEBRACIÓN DEL EVENTO DENOMINADO "FERIA INTERNACIONAL DE LAS CULTURAS AMIGAS" A REALIZARSE EN EL ZÓCALO DE LA CIUDAD DE MÉXICO 2019. (INTEGRADORA DE SERVICIOS Y LOGÍSTICA MGEM, S.A. DE C.V.)	24.8
PROMOCIÓN INTEGRAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y DE LA MARCA CDMX COMO DESTINO TURÍSTICO, CULTURAL, GASTRONÓMICO, DE INDUSTRIAS CREATIVAS Y DE REUNIONES EN EL MARCO DEL EVENTO DENOMINADO WOMEN'S FORUM AMERICAS, CIUDAD DE MÉXICO. (LA BONNE PROTOCOLO Y EVENTOS, S.A. DE C.V.)	1
CAMPAÑA DE DIFUSIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y SU MARCA "CDMX" EN MEDIOS IN FLIGHT EN PLATAFORMAS DE AERONAVES PARA TRANSMITIR VIDEOS Y PUBLICIDAD IMPRESA (INTERNATIONAL AIRMEDIA GROUP MÉXICO, S. DE R.L. DE C.V.)	12.1
PROMOCIÓN INTEGRAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y LA MARCA CDMX A NIVEL INTERNACIONAL COMO ESTADO INVITADO DE HONOR DEL FESTIVAL ¡QUÉ GUSTO!, QUE TENDRÁ LUGAR EN PARIS, FRANCIA (APÓSTROFO, S.C.)	1.1
SERVICIO INTEGRAL DE PROMOCIÓN, DIFUSIÓN Y POSICIONAMIENTO INTERNACIONAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y SU MARCA CDMX, A TRAVÉS DEL PABELLÓN MÉXICO CITY ROOM-PEKIN 122 VENTANAS A LA CDMX, EN EL MARCO DE BEIJING DESIGN WEEK (SEMANA DEL DISEÑO DE BEIJING 2019-DISEÑO SIN FRONTERAS) (RAM STRATEGY, S.A. DE C.V.)	1.3
PROMOCIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL DE LA MARCA CDMX Y DE LA CIUDAD DE MÉXICO COMO ANFITRIONA DE LA EDICIÓN XIV DE LOS JUEGOS MACABEOS PANAMERICANOS MÉXICO 2019. (TRANSPORTES LIPU, S.A. DE C.V.)	1.1
PROMOCIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y POSICIONAMIENTO DE LA MARCA CDMX DENTRO DE LA EXPOSICIÓN DENOMINADA LOS COLORES DE FRIDA 2019 (BE EXPERTISE, S.A. DE C.V.)	2.9
PROMOCIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO EN EL EVENTO DENOMINADO KIDS' CHOICE AWARDS MÉXICO 2019 (MTV NETWORKS LATIN AMERICA INC).	2.5
PROMOCIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y/O SU MARCA CDMX EN LA EDICIÓN 2019 DE LOS PREMIOS CIUDAD (CIUDAD CHILANGO, S.A. DE C.V.)	3
SERVICIO INTEGRAL DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO COMO DESTINO TURÍSTICO CULTURAL Y FORTALECIMIENTO DE LA MARCA CDMX DURANTE EL DESARROLLO DE LA "26 EDICIÓN MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MEXICO CITY" (COLOURS THE PEOPLE COMPANY, S.A. DE C.V..)	1.1
PROMOCIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y FORTALECIMIENTO DE LA MARCA CDMX EN EL MARCO DE LA CELEBRACIÓN DE LA FIESTA PATRIA 2019.	9.0
DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA INTEGRAL DE PROMOCIÓN, COMUNICACIÓN, IDENTIDAD E IMAGEN INTERNACIONAL PARA LA CIUDAD DE MÉXICO Y PRESENCIA DE SU MARCA "CDMX" A TRAVÉS DE LA CREACIÓN, REALIZACIÓN, PRODUCCIÓN, EJECUCIÓN, SEGUIMIENTO, COMPROBACIÓN Y EVALUACIÓN DEL "DESFILE INTERNACIONAL DE MUERTOS" EN EL ESQUEMA CARNAVAL DE CALAVERAS-DESFILE DE DÍA DE MUERTOS, RELACIONADO CON TURISMO CULTURAL, INDUSTRIAS CREATIVAS, MÚSICA Y EDUCACIÓN	15.8
PROMOCIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO POR MEDIO DE UNA AEROLÍNEA DE ALTO IMPACTO QUE DIFUNDIRÁ MEDIANTE EL BRANDEO DE UNA AERONAVE Y PUBLICIDAD EN MEDIOS A LA MARCA CDMX	4.9
SERVICIO INTEGRAL DE PROMOCIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO COMO DESTINO TURÍSTICO CULTURAL Y FORTALECIMIENTO DE LA MARCA CDMX MEDIANTE LOS CONTENIDOS "BAILAMOS CON LA MUERTE" Y "BAILANDO CON LA MUERTE", PRODUCCIÓN DE VIDEOS PROMOCIONALES Y MÚSICA PARA SU DIFUSIÓN A TRAVÉS DE UN EVENTO DE LANZAMIENTO Y MEDIOS DIGITALES.	2.4



PROMOCIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y POSICIONAMIENTO DE LA MARCA CDMX DENTRO DE LA EXPOSICIÓN DENOMINADA LOS COLORES DE FRIDA 2019 (BE EXPERTISE, S.A. DE C.V.)	2.9
PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y LA MARCA CDMX, COMO DESTINO DE REUNIONES EN EL MARCO DEL EVENTO DENOMINADO COMMON ACTION FORUM (CAF), A CELEBRARSE EN LA CIUDAD DE MÉXICO EL 14 DE OCTUBRE DE 2019	.9
SERVICIO INTEGRAL DE DIFUSIÓN DEL COMERCIAL (CINE MINUTO DEL DESFILE INTERNACIONAL DE DÍA DE MUERTOS) EN LA RED DE SALAS DE CINES DE CINEMEX QUE PROMUEVE A LA CIUDAD DE MÉXICO Y LA MARCA CDMX	1.5
SERVICIO INTEGRAL PARA PROMOCIONAR A LA CIUDAD DE MÉXICO Y SU MARCA CDMX EN EL EVENTO DENOMINADO BIENVENIDA PARA LOS FESTEJOS TRADICIONALES DEL DÍA DE MUERTOS EN EL MARCO DE "BIENVENIDOS TODOS A LA TRADICIÓN"	4.9
PROMOCIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y FORTALECIMIENTO DE LA MARCA CDMX A TRAVÉS DEL FESTIVAL CELEBRANDO EN LA CIUDAD	23.7
CAMPAÑA DE PUBLICIDAD EN TELEVISIÓN ABIERTA PARA PROMOVER A LA CIUDAD DE MÉXICO Y A LA MARCA CDMX A TRAVÉS DEL "FESTIVAL CELEBRANDO EN LA CIUDAD"	1.5
PROMOCIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y POSICIONAMIENTO DE LA MARCA CDMX A TRAVÉS DE LA OBRA "CIUDAD DE MÉXICO, CAPITAL CULTURAL DE AMERICA" Y PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS	3.3

En apego en el artículo 54 fracción XII de la Ley aplicable y en los Lineamientos para la Contratación de Prestadores de Servicios Profesionales, se realizó la contratación de 26 prestadores de servicio profesional.

En apego a lo dispuesto en el artículo 55 de la Ley de Adquisiciones para el Distrito Federal, en el periodo de 01 de enero – 30 de noviembre de 2019, se llevaron a cabo 23 contrataciones por un monto de 6 millones, los cuales son los siguientes:

- LIMPIEZA INTEGRAL EN LAS OFICINAS DEL FONDO MIXTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE MÉXICO.
- MANTENIMIENTO PREVENTIVO Y CORRECTIVO AL PARQUE VEHICULAR CON QUE CUENTA EL FONDO MIXTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE MÉXICO.
- SE REQUIERE LA ADQUISICIÓN DE MATERIALES, ÚTILES Y EQUIPOS MENORES DE OFICINA (PAPELERÍA) PARA LOGRAR EL CORRECTO Y EFICAZ DESEMPEÑO DE LAS FUNCIONES DEL PERSONAL QUE LABORA EN LAS OFICINAS DEL FONDO MIXTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE MÉXICO.
- PROMOCIÓN Y/O PRESENCIA DE LA MARCA CDMX EN EL FORO DE MEDICINA TRADICIONAL INDÍGENA. HACIA UN DIAGNÓSTICO, EN LA CIUDAD DE MÉXICO 2019.
- PROMOCIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y/O PRESENCIA DE LA MARCA CDMX EN EL MARCO DEL EVENTO TEATRO EN PLAZAS PÚBLICAS: TEATRO EN TU BARRIO 2019.
- PROMOCIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y POSICIONAMIENTO DE LA MARCA "CDMX" EN EL MARCO DEL PROYECTO "E-CUERPO, ENCUENTRO INTERNACIONAL DE ARTE & TECNOLOGÍA WEARABLE, TERCERA EDICIÓN, PRESENTA: FUTURXBLE.
- PROMOCIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y LA MARCA CDMX MEDIANTE DIVERSOS PRODUCTOS EN EL MARCO DEL FESTIVAL "CIUDAD QUE BAILA".



- SERVICIO DE PROMOCIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y PRESENCIA DE LA MARCA CDMX EN EL MARCO DEL PROYECTO DENOMINADO "GIRA FICUNAM 2019".
- ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN DE TURISMO GASTRONÓMICO, SABOR ES POLANCO, FESTIVAL GASTRONÓMICO 2019 EL FESTIVAL GASTRONÓMICO "SABOR ES POLANCO" SE LLEVARÁ A CABO EN LOS JARDINES DEL CAMPO MARTE EN LAS FECHAS 18 Y 19 DE MAYO DE 2019.
- PROMOCIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y DE LA MARCA CDMX EN EL MARCO DE LA SEGUNDA EDICIÓN DEL FESTIVAL LOVE4ALL 2019 QUE TENDRÁ LUGAR EN LA CIUDAD DE MÉXICO.
- SERVICIOS LEGALES, DE CONTABILIDAD, AUDITORÍA Y RELACIONADOS PARA EL FONDO MIXTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE MÉXICO.
- ESPACIO PARA ALMACENAR ARCHIVO, MOBILIARIO Y EQUIPO DE CÓMPUTO PARA ESTE FONDO MIXTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE MÉXICO.
- SERVICIO DE PROMOCIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y/O PRESENCIA DE LA MARCA CDMX EN EL PROYECTO DENOMINADO "DOCUMENTALES AMBULANTE EN EL 23 FESTIVAL DE CINE DE LIMA, PUCP" (INTEGRAL).
- SERVICIOS LEGALES, DE CONTABILIDAD, AUDITORÍA Y RELACIONADOS PARA EL FONDO MIXTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE MÉXICO.
- ESPACIO PARA ALMACENAR ARCHIVO, MOBILIARIO Y EQUIPO DE CÓMPUTO PARA ESTE FONDO MIXTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE MÉXICO.
- SERVICIO DE PROMOCIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y/O PRESENCIA DE LA MARCA CDMX EN EL PROYECTO DENOMINADO "DOCUMENTALES AMBULANTE EN EL 23 FESTIVAL DE CINE DE LIMA, PUCP" (INTEGRAL).
- CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS INTEGRALES DE UNA EMPRESA QUE COORDINE LA PRESENCIA DE LA MARCA CDMX EN EL MARCO DEL FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA AMISTAD SEÚL, A REALIZARSE DEL 27 DE AGOSTO AL 2 DE SEPTIEMBRE DE 2019.
- PROMOCIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y DE LA MARCA CDMX EN EL MARCO DE LA 32 EDICIÓN DE LA CARRERA PANAMERICANA 2019 QUE SE LLEVA A CABO DEL 10 AL 17 DE OCTUBRE DE 2019.
- PROMOCIÓN INTEGRAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y DE LA MARCA CDMX, COMO DESTINO TURÍSTICO, CULTURAL, GASTRONÓMICO, DE INDUSTRIAS CREATIVAS Y DE REUNIONES A NIVEL NACIONAL, EN EL MARCO DEL EVENTO DENOMINADO "LVII ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA DE LA ASOCIACIÓN DE LA HEROICA ESCUELA NAVAL MILITAR" A REALIZARSE DEL 14 AL 19 DE OCTUBRE DE 2019, EN LA CIUDAD DE MÉXICO.
- PROGRAMA DE CAPACITACIÓN EN MATERIA DE DESARROLLO Y FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS.
- INSTALACIÓN, REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO DEL EQUIPO DE CÓMPUTO DEL FONDO MIXTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE MÉXICO.
- PROMOCIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y LA MARCA CDMX A TRAVÉS DE LA PARTICIPACIÓN EN EL 2do CONGRESO INTERNACIONAL DE LA ASOCIACIÓN PARA



LA CULTURA Y EL TURISMO EN AMÉRICA LATINA ACTUAL Y A LA 17° EDICIÓN DEL MEETING PLACE CUBA A CELEBRARSE DEL 16 AL 22 DE SEPTIEMBRE DE 20 DE 2019, EN LA HABANA CUBA.

- PROMOCIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y POSICIONAMIENTO DE LA MARCA CDMX EN EL MAPA TURÍSTICO DE LA GRAN CIUDAD DE POR JORGE ESCUDERO CYDEBARIS.

Subdirección de Administración de Capital Humano

Actividades Desarrolladas y Resultados Obtenidos durante el período de enero a diciembre de 2019.

PROYECTO DE REESTRUCTURA ORGÁNICA

El pasado 05 de diciembre de 2018 inicio una nueva administración para el periodo de gobierno 2018-2024. Por lo que el Fondo Mixto de Promoción Turística en atención a los Lineamientos Generales para la Dictaminación de Estructura o de Reestructura Orgánica de la Dependencias, Órganos Desconcentrados y Entidades Paraestatales de la Administración Pública de la Ciudad de México, publicados en la Gaceta Oficial el 14 de diciembre de 2018; y en apego a los principios de modernización, innovación y simplificación administrativa remitió, el pasado 31 de diciembre, el proyecto de reestructura orgánica del Fondo Mixto de Promoción Turística para su aprobación y dictaminación a la Coordinación General de Modernización Administrativa de la Oficialía Mayor, mediante el oficio FMPT-CDMX/DG/0592/2018.

En virtud de lo anterior, mediante el oficio **SAF/SSCHA/000042/2019**, de fecha 02 de enero de 2019, el Lic. Jorge Luis Basaldúa Ramos, Subsecretario de Capital Humano y Administración, hizo de conocimiento a este Fideicomiso el dictamen de estructura **E-SECTUR-FMPT-06/010119** con vigencia a partir del día 01 de enero de 2019.

ACTUALIZACIÓN Y REGISTRO DEL MANUAL ADMINISTRATIVO

Con fecha 21 de febrero del año en curso el Fondo Mixto de Promoción Turística comenzó con el proceso de registro de sus Manuales, para lo cual se designó, mediante oficio número FMPT-CDMX/DG/0039/2019, al titular de la Subdirección de Administración de Capital Humano para fungir como enlace para los trabajos del proceso de registro del Manual Administrativo del Fideicomiso.

Al respecto, con fecha 22 de mayo y de conformidad con el Lineamiento 2. Formalización, se realizó la entrega del Proyecto de Manual Administrativo a la Coordinación General de Evaluación, Modernización y Desarrollo Administrativo (CGEMDA), para su revisión, análisis integral y dictaminación.

Asimismo, mediante oficio SAF/SSCHA/CGEMDA/1125/2019 y SAF/CGEMDA/0266/2019 la Coordinación General de Evaluación, Modernización y Desarrollo Administrativo emitió,



respectivamente, Dictamen de Procedencia y Registro de Manual Administrativo del Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México.

El Manual Administrativo de esta Entidad, con número con número de registro **MA-31/131119-E-SECTUR-FMPT-06/010119**, se encuentra en proceso de publicación en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México.

EMISIÓN DE TABULADOR ESTRUCTURA Y TÉCNICO OPERATIVO

Mediante el oficio número SAF/SSCHA/DGAPU/DEByPS/SSACH/2272/2019, de fecha 30 de julio del año en curso, la Subsecretaría de Administración y Capital Humano hizo de conocimiento la autorización y actualización del Tabulador de Sueldos para personal de Estructura y Técnico Operativo, correspondiente al ejercicio 2019.

ELABORACIÓN DE CONTRATOS Y CONVENIOS DEL 01 ENERO AL 30 DE NOVIEMBRE DE 2019.

1. RH Núm. 153 Mauricio Aarón Reyna Guerrero, Director de Planeación Comercial.
2. RH Núm. 154 Javier Ocotoxtle Yahuitl, Enlace de lo Contencioso.
3. RH Núm. 155 Martha Beatriz Guerra Díaz, Jefatura de Unidad Departamental Operativa.
4. RH Núm. 156 Berenice García Maldonado, Secretario de Oficina S.P.S.
5. RH Núm. 157 Jorge Alberto Guadarrama González, Chofer S. P. S.
6. RH Núm. 158 Marcos Valdes Gerónimo, Enlace de lo Contencioso.
7. RH Núm. 159 Karla Marie Gutiérrez Ahrensburg, Directora de Gestión Operativa.
8. RH Núm. 160 Federico Peña Arteaga, Subdirector Comercial.
9. RH Núm. 161 Claudia Anaya Aguilar, Líder Coordinador de Proyectos de Promoción Turística.
10. RH Núm. 162 Anell Cabrera Méndez, Líder Coordinador de Proyectos de Control de Gestión Documental.
11. RH Núm. 163 Elizabeth González Ayala, Líder Coordinador de Proyectos de Auditoría.
12. RH Núm. 164 Israel Reyes Butanda, Secretario de Oficina S.P.S.
13. RH Núm. 165 José Daniel Hernández Uribe, Director de Planeación Comercial.
14. RH Núm. 166 Ernesto Delfino González García, Órgano Interno de Control.
15. RH Núm. 167 Sergio Soto Claussen, Jefe de Unidad Departamental de Gestión.
16. RH Núm. 168 Andrea Samantha García Nevárez, Líder Coordinador de Proyectos de Ferias Internacionales.
17. RH Núm. 169 Rocio Herrera Torres, Enlace de lo Contencioso.
18. RH Núm. 170 Mario Reyes Cerón, Líder Coordinador de Proyectos de Ferias Nacionales.

Así como veintitrés Convenios Modificatorios:

1. Convenio Modificatorio Número 40, José Gregorio Martínez Gómez Subdirector de Administración de Capital Humano.



2. Convenio Modificatorio Número 41, Miguel Ángel Chiman Bartolo Subdirector de Recursos Materiales, Abastecimientos y Servicios.
3. Convenio Modificatorio Número 42, Jaime Martínez Ortiz Subdirector de Finanzas.
4. Convenio Modificatorio Número 43, Ricardo Zamora Márquez Líder Coordinador de Proyectos de Ferias Nacionales.
5. Convenio Modificatorio Número 44, Leónidas Pérez Herrera Jefe de Unidad Departamental de la Unidad de Transparencia.
6. Convenio Modificatorio Número 45, Juan Carlos Barrera Berber Líder Coordinador de Proyectos de Ferias Internacionales.
7. Convenio Modificatorio Número 46, Diana Morales Tovar Líder Coordinador de Proyectos de Control de Gestión Documental.
8. Convenio Modificatorio Número 47, Liliana Altamirano Gutiérrez Líder Coordinador de Proyectos de Grandes Eventos.
9. Convenio Modificatorio Número 48, Fernando Sampedro Sebastian Jefe de Unidad Departamental de Adquisiciones, Arrendamiento y Prestación De Servicios.
10. Convenio Modificatorio Número 49, Mónica Rebeca Martínez Fuentes Líder Coordinador de Proyectos de Especiales de Iniciativa Pública y Privada.
11. Convenio Modificatorio Número 50, Ana Luz Añorve Ramírez Órgano Interno de Control.
12. Convenio Modificatorio Número 51, Luis Antonio Contreras Ruiz Líder Coordinador de Proyectos de Auditoría.
13. Convenio Modificatorio Número 52, Martha Martínez Molina Coordinadora Jurídica.
14. Convenio Modificatorio Número 53, Adriana Eugenia Rizo Oñate Subdirectora de Congresos y Reuniones.
15. Convenio Modificatorio Número 54, Christopher Becerril Aguilar Jefe de Unidad Departamental de Gestión.
16. Convenio Modificatorio Número 55, Ruth Ivette Gómez Cuéllar Líder Coordinador de Proyectos de Relaciones Públicas.
17. Convenio Modificatorio Número 56, Jhonatan Iván Gómez Elizondo Subdirector Comercial.
18. Convenio Modificatorio Número 57, Gabriela Donaji Sánchez Guzmán Líder Coordinador de Proyectos de Diseño e Imagen.
19. Convenio Modificatorio Número 58, Eduardo Enrique Cisneros Contreras Director de Evaluación e Información Estratégica.
20. Convenio Modificatorio Número 59, Catalina Méndez Pérez Subdirectora de Evaluación de Proyectos.
21. Convenio Modificatorio Número 60, Rafael Hernández Alarcón Director de Administración.
22. Convenio Modificatorio Número 61, Giovanni Melgar Hernández Director de Congresos y Convenciones.



23. Convenio Modificatorio Núm. 62, Mónica Rebeca Martínez Fuentes Subdirectora de Evaluación de Proyectos.

DECLARACIÓN ANUAL DE GRADO DE RIEGOS 2018

Con fecha 26 de febrero de 2019 y folio de operación 39-16506759 se presentó declaración anual de la determinación de la prima de Riesgo de Trabajo ante el Instituto Mexicano del Seguro Social obteniendo como resultado la nueva prima de 01.50000% la cual es aplicable para el pago de cuotas obrero-patronales a partir del 01 de marzo 2019.

ATENCIÓN A LA VERIFICACIÓN V-1/2019, CON CLAVE 14 DENOMINADA "VERIFICACIÓN DE EXPEDIENTES DE PERSONAL"

Con número de oficio **FMPT-CDMX/ DA/SACH/043/2019** y **FMPT-CDMX/ DA/SACH/077/2019**, esta Subdirección de Administración de Capital Humano dio atención a los requerimientos de información y documentación solicitados por el Órgano Interno de Control para el desarrollo de la Verificación.

En virtud de lo anterior, con fecha 11 de abril el Órgano Interno de Control emitió el Reporte de Observaciones de Intervención con una observación. Con oficio número FMPT-DMX/DG/DA/252-1/2019 se solventó la observación y se dio atención a las acciones preventivas que el Órgano Interno expuso en su informe de resultados, a fin de coadyuvar a mantener la transparencia, legalidad, eficacia, imparcialidad y eficiencia de la gestión en turno, así como el adecuado control interno.

RENOVACIÓN DE FIRMA ELECTRÓNICA AVANZADA

Con fecha 22 de mayo 2019 se tramitó renovación de certificado digital de firma electrónica ante el SAT, por vigencia y cambio de representante el cual se generó bajo el folio de operación 190500314482 y con vigencia del 22-05-2019 al 22-05-2023, este fue tramitado con instrumento número 123,996 a favor del C. José Gregorio Martínez Gómez.

ATENCIÓN A DICTAMEN

Atención y seguimiento a la presentación del Dictamen sobre el cumplimiento de obligaciones fiscales establecidas en el Código Fiscal de la Ciudad de México (Impuesto del 3% sobre nóminas) correspondiente al ejercicio fiscal 2018, teniendo como fecha de presentación el día 30 de mayo 2019 dictaminando diferencias a favor por \$ 88,461.00 obteniendo una opinión limpia.

MANUALES ESPECÍFICOS DE OPERACIÓN

En apoyo en el proceso de registro de los Manuales Específicos de Operación del Fondo Mixto, conforme a los Lineamientos Generales Para el Registro de los Manuales Administrativo y Específicos de Operación de las Dependencias, Órganos, Entidades de la Administración Pública de la Ciudad De México; así Como de las Comisiones, Comités, Institutos y Cualquier otro Órgano Administrativo Colegiado o Unitario que Constituya la Administración Pública de la Ciudad de México, el 14 de agosto del año en curso se publicaron en la Gaceta Oficial de la



Ciudad de México los Manuales Específicos de Operación del Fideicomiso, con los siguientes números de registro:

- MEO108/150719-E-SECTUR-FMPT-06/010119, correspondiente al Manual de Integración y Funcionamiento del Comité de Administración de Riesgos y Evaluación de Control Interno Institucional del Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México;
- MEO109/150719-E-SECTUR-FMPT-06/010119, correspondiente al Manual de Integración y Funcionamiento del Subcomité de Adquisiciones, Arrendamiento y Prestación de Servicios del Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México;
- y
- MEO-114/160719-E-SECTUR-FMPT-06/010119, correspondiente al Manual Especifico de Operación del Comité Técnico Interno de Administración de Documentos del Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México.

ACTUALIZACIÓN DE TARJETA PATRONAL IMSS

Nueva tarjeta de Identificación Patronal (TIP) por cambio de representante legal ante el Instituto Mexicano del Seguro Social, de fecha 27 de agosto 2019 tramitado en la subdelegación 3 Polanco.

NUEVO CERTIFICADO DIGITAL IMSS

Revocación y renovación de Certificado Digital del Número Patronal de Identificación Electrónica (NPIE) por vencimiento y cambio de representante legal ante el Instituto Mexicano del Seguro Social de fecha 28 de agosto 2019 tramitado en la subdelegación 3 Polanco.

VALUACIÓN ACTUARIAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018

Valuación Actuarial al 31 de diciembre de 2018 bajo la Norma de Información Financiera D-3
DICTAMEN SOBRE EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES FISCALES ESTABLECIDAS EN EL CÓDIGO FISCAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO

Transmisión de dictamen de cumplimiento de obligaciones fiscales Contribuyente: BANCOMER, S.A.FID 303438 FONDO MIXTO DE PROMOCION TURISTICA DEL DISTRITO FEDERAL, con fecha de transmisión: 30/05/2019 y número de dictamen: DL20195355, sin observaciones

ADHESIÓN A LA COMPRA CONSOLIDADA DEL SEGURO DE VIDA INSTITUCIONAL

En atención a la Circular/DGAPU/0038/2019, esta Entidad (Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México) se adhirió a la contratación consolidada del servicio "Seguro de Vida Institucional" para el ejercicio 2020.

ADHESIÓN A LA COMPRA CONSOLIDADA DE VALES

Mediante el oficio número FMPT-CDMX/DG/DA/696/2019 esta Entidad otorgó su autorización para la adhesión a la compra consolidada de "Estímulo de Fin de Año (Vales), ejercicio 2019", para el personal de Confianza Técnico Operativo.



Asimismo, se concedió autorización a la Dirección General de Recursos Materiales y Servicios Generales de la Secretaría de Administración y Finanzas, para que pueda realizar la afectación al presupuesto hasta por el monto que representa la compra de vales de Fin de Año, con cargo a la partida correspondiente, según el clasificador por objeto del gasto, emitido por la Secretaría de Administración y Finanzas del Gobierno de la Ciudad de México.

Lo anterior, de conformidad a la Circular SAF/DGAP/DEAPU/000014/2019 y a los Lineamientos por medio de los cuales se otorga el Estímulo de Fin de Año, (vales) ejercicio 2019.

CAPACITACIÓN

Con la finalidad de lograr fortalecer conocimientos y el desarrollo del capital se impartieron en el año los siguientes cursos:

- Manejo de Nuestra Inteligencia Emocional
- Trabajo en Equipo
- Ética y Valores institucionales
- Comunicación Asertiva
- Manejo Efectivo del Estrés
- Liderazgo y Metas Personales

Asimismo, con el objetivo de sensibilizar y contribuir a la igualdad sustantiva entre mujeres y hombres, así como garantizar el ejercicio pleno de los derechos de las mujeres, con énfasis en el derecho a una vida libre de violencia en el quehacer de las Personas Servidoras Públicas adscritas a la Entidad, se impartió en las instalaciones del Fondo Mixto, con la colaboración de facilitadores de la Secretaría de las Mujeres los siguientes talleres:

- El 8 y 9 de agosto, el Curso de **"Género y Derechos Humanos"**;
- 21 y 22 de noviembre, curso denominado **"Masculinidades"**; y
- 27 y 28 de noviembre, el curso de **"Leguaje Incluyente No Sexista"**.

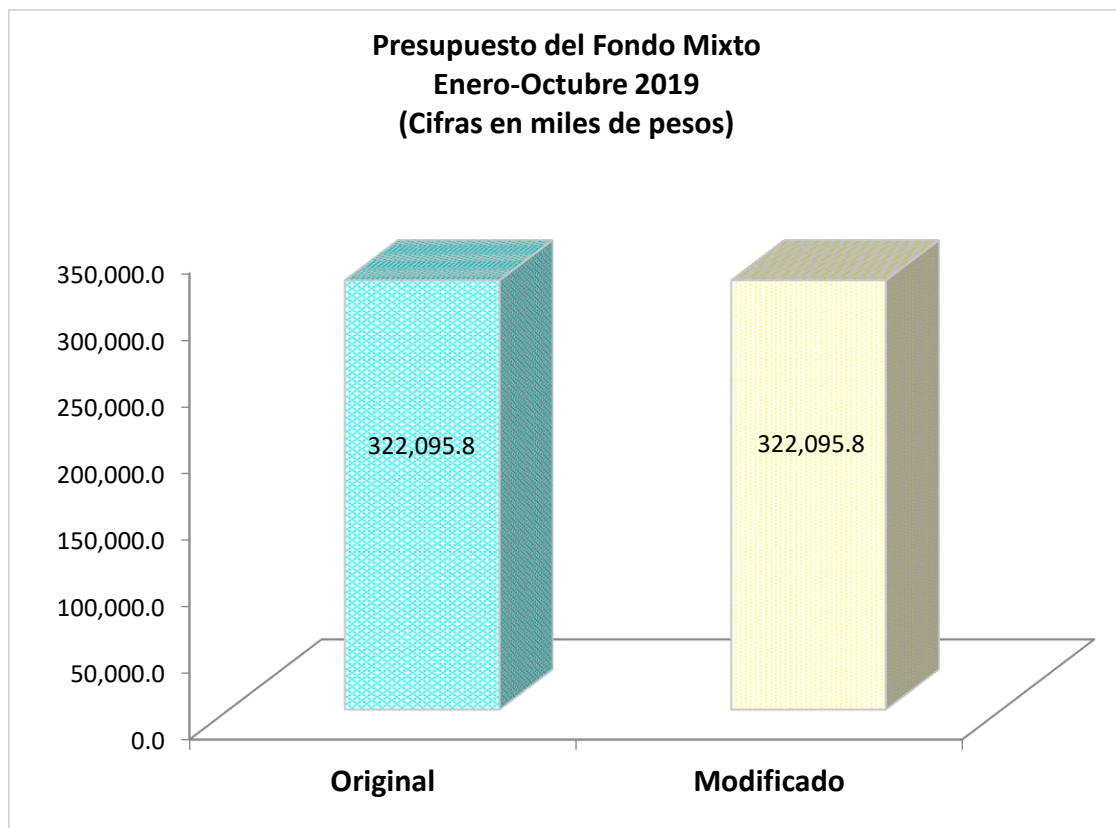
Subdirección de Finanzas

Presupuesto aprobado por el Congreso de la Ciudad de México

De conformidad a lo dispuesto en el Decreto de Presupuesto de Egresos de la Ciudad de México para el ejercicio fiscal 2019, el Congreso Local autorizó al Fondo Mixto de Promoción Turística un presupuesto original de 322,095.8 miles de pesos, distribuidos en 31,371.1 miles de pesos para servicios personales, 256,956.5 miles de pesos para la promoción y difusión de sitios turísticos, culturales, recreativos y deportivos del Distrito Federal y 33,768.2 miles de pesos para otros gastos corrientes.

Modificaciones presupuestales

Del 1º de enero al 31 de octubre de 2019 ^{1/} no se autorizaron afectaciones presupuestarias líquidas, por lo que el presupuesto del Fideicomiso no se incrementó como se observa en la siguiente gráfica:

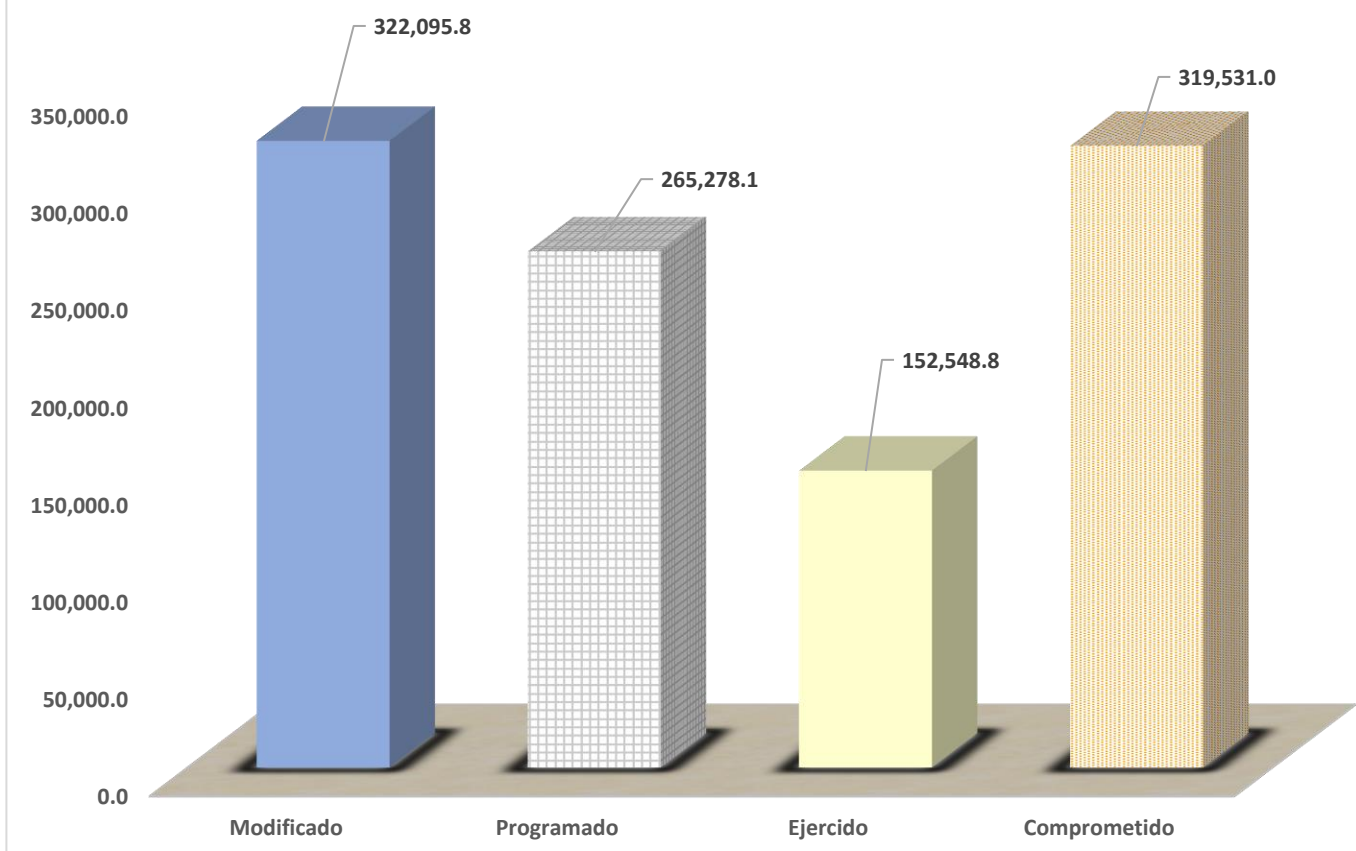


Evolución presupuestal

Al cierre del periodo enero-octubre 2019 con base en los registros del Sistema Informático de Planeación de Recursos Gubernamentales, SAP-GRP, la Subsecretaría de Egresos de la Secretaría de Administración y Finanzas de la Ciudad de México autorizó al Fondo Mixto de Promoción Turística 7 afectaciones programático-presupuestarias compensadas, por lo que el presupuesto modificado al periodo de referencia se ubicó en 322,095.8 miles de pesos, de los cuales se programaron 265,278.1 miles de pesos, se ejercieron 152,548.8 miles de pesos y se comprometieron 319,531.0 miles de pesos, como se observa en la siguiente gráfica y cuadro:



Evolución del Presupuesto del Fondo Mixto al 31 de octubre de 2019 (Cifras en miles de pesos)



Evolución del Presupuesto del 1º de enero al 31 de octubre de 2019 (Cifras en miles de pesos)

Concepto	Modificado	Programado	Ejercido	Comprometido
Gasto Corriente	322,020.6	265,202.9	152,548.8	319,455.8
1000 Servicios personales	31,371.1	24,950.0	12,623.6	31,371.1
2000 Materiales y suministros	1,503.2	1,219.0	599.4	1,503.2
3000 Servicios generales	289,146.3	239,033.9	139,325.8	286,581.5
4000 Transferencias, asignaciones, subsidios y otras ayudas	0.0	0.0	0.0	0.0
Gasto de Inversión	75.2	75.2	0.0	75.2
5000 Bienes muebles, inmuebles e intangibles	75.2	75.2	0.0	75.2
Gasto Total	322,095.8	265,278.1	152,548.8	319,531.0



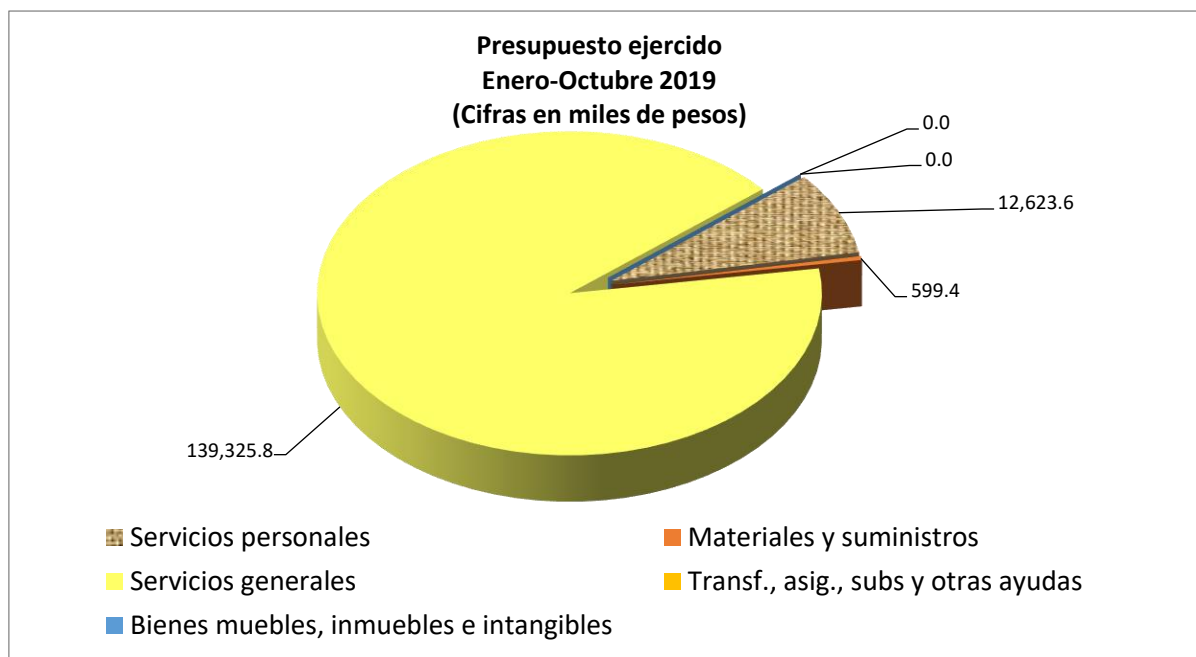
Gasto corriente

El gasto corriente modificado del Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México del 1º de enero al 31 de octubre de 2019 fue de 322,020.6 miles de pesos, de los cuales se programaron 265,202.9 miles de pesos, se ejercieron 152,548.8 miles de pesos y se comprometieron recursos por la cantidad de 319,455.8 miles de pesos.

Gasto de inversión

El gasto de inversión modificado y programado al periodo de referencia fue de 75.2 miles de pesos, destinados a la compra de los siguientes programas de informática mediante compra consolidada, que se encuentra en proceso de la liberación y autorización por parte de la Dirección General de Recursos Materiales y Servicios Generales en la Secretaría de Administración y Finanzas de la Ciudad de México con objeto de obtener las mejores condiciones en cuanto a precio, calidad y oportunidad.

En resumen, del 1º de enero al 31 de octubre de 2019 ^{2/} el presupuesto modificado de la Entidad fue de 322,095.8 miles de pesos, se programaron 265,278.1 miles de pesos y se ejercieron 152,548.8 miles de pesos, compuestos por 12,623.6 miles de pesos del capítulo 1000 "Servicios personales", 599.4 miles de pesos del capítulo 2000 "Materiales y suministros" y 139,325.8 miles de pesos son del capítulo 3000 "Servicios generales", y en el capítulo 5000 "Bienes muebles, inmuebles e intangibles" no se ejercieron recursos como se muestra en la siguiente gráfica:





Armonización Contable

El Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México como entidad paraestatal adoptó en el ejercicio 2019 las normas del Consejo Nacional de Armonización Contable (CONAC) para alcanzar las metas y objetivos de la armonización contable que implica un conjunto de actividades y eventos que deben ser coordinados, algunos en forma simultánea, otros secuencialmente para transformar el registro y presentación de la gestión financiera del fideicomiso, por lo que se cuenta con la Licencia del Sistema Automatizado de Administración y Contabilidad Gubernamental (SAACG.Net) para facilitar e integrar las operaciones presupuestales, administrativas, contables y financieras, lo que ha permitido dar cumplimiento a las disposiciones emitidas por el CONAC, el cual continuará generando beneficios tangibles en la emisión de información financiera, toma de decisiones, transparencia y rendición de cuentas.

Notas:

1/ El informe de la Subdirección de Finanzas se integró con información del SAP-GRP al 31 de octubre de 2019.

2/ El gasto y el presupuesto comprometido del Fideicomiso Fondo Mixto contiene información de los registros presupuestales al cierre del 31 de octubre de 2019.

INFORME ANUAL DE LA UNIDAD DE TRANSPARENCIA

Para el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 30 de noviembre de 2019, esta Unidad de Transparencia informa:

- ❖ La gestión en tiempo y forma de 205 solicitudes de información pública.
- ❖ El Instituto de Transparencia, Acceso a la Información Pública, Protección de Datos Personales y Rendición de Cuentas de la Ciudad de México notificó a este Fideicomiso 3 Recursos de Revisión.

Recursos de Revisión 2019		
Número de Recurso de Revisión	Solicitud de Información Pública Impugnada	Estado Actual
RR.IP. 0567/2019	030860003219	En proceso de cumplimiento de resolución.
RR.IP. 4177/2019	0308600015919	Se presentaron alegatos. En espera de que el órgano garante emita resolución
RR.IP. 4484/2019	0308600017519	Se presentaron alegatos. En espera de que el órgano garante emita resolución.



- ❖ Actualización del Sistema de Captura de Reportes Estadísticos de Solicitudes de Información (SICRESI) administrado por el Instituto de Transparencia, Acceso a la Información Pública, Protección de Datos Personales y Rendición de Cuentas de la Ciudad de México al 30 de septiembre de 2019.
- ❖ Oportuna atención y seguimiento a los requerimientos emitidos por el Instituto de Transparencia, Acceso a la Información Pública, Protección de Datos Personales y Rendición de Cuentas de la Ciudad de México.
- ❖ Asistencia a los eventos convocados por el Instituto de Transparencia, Acceso a la Información Pública, Protección de Datos Personales y Rendición de Cuentas de la Ciudad de México.
- ❖ Actualización, en tiempo y forma, de los portales de transparencia del Fideicomiso al 30 de septiembre de 2019.
- ❖ Capacitación del personal de estructura del Fideicomiso a través de la acreditación de los siguientes cursos:
 - Introducción a la Ley de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Rendición de Cuentas de la Ciudad de México.
 - Introducción a la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados de la Ciudad de México.
- ❖ En la Primera Evaluación Vinculante 2019 realizada por el Instituto de Transparencia, Acceso a la Información Pública, Protección de Datos Personales y Rendición de Cuentas de la Ciudad de México, respecto del ejercicio 2018 de las obligaciones de transparencia de los sujetos obligados en la PNT y sus Portales de Internet, el Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México obtuvo 99.97 puntos de 100 posibles.



Instituto de Transparencia, Acceso a la Información Pública, Protección de Datos Personales y Rendición de Cuentas de la Ciudad de México

Dirección de Estado Abierto, Estudios y Evaluación

1a. Evaluación Vinculante de las Obligaciones de Transparencia que deben publicar en sus portales de Internet y en la Plataforma Nacional de Transparencia los Sujetos Obligados de la Ciudad de México, respecto del ejercicio 2018

Fondo Mixto de Promoción Turística del Distrito Federal

Índices de Cumplimiento	Portal de Internet	Sistema de Portales de Obligaciones de	Índice
Artículo 121	99.89	99.95	99.92
Artículo 135	100.00	100.00	100.00
Artículo 136	100.00	100.00	100.00
Artículo 143	100.00	100.00	100.00
Artículo 145	100.00	100.00	100.00
Artículo 146	100.00	100.00	100.00
Artículo 147	100.00	100.00	100.00
Índice Global de Obligaciones de Transparencia de la Ciudad de México (IGOT) :	99.94	99.97	99.95

- ❖ Participación en el “1er Encuentro por la Transparencia y la Protección de Datos Personales” celebrado el 23 de noviembre del 2019 en el Zócalo de la Ciudad de México.
- ❖ El Comité de Transparencia de este Fideicomiso sesionó en nueve ocasiones; tres sesiones ordinarias y seis extraordinarias.
- ❖ Visitas al portal de transparencia: 5,301

INFORME DE ACTIVIDADES DE LA COORDINACIÓN JURÍDICA

01 de enero al 30 de noviembre de 2019

A. Convenios fuera de juicio.

Esta Coordinación Jurídica, durante el periodo comprendido del 01 de enero al 30 de noviembre de 2019 ha celebrado 19 **Convenios fuera de juicio ante la Junta Federal de Conciliación y Arbitraje número Catorce.**

Cons.	Número de Convenio	Nombre del extrabajador	Fecha de comparecencia ante la Junta
1	27/2019	Marcial Manuel Cruz Vázquez	18/01/2019
2	33/2019	Andrea Samantha García Nevárez	21/01/2019
3	34/2019	Lydia González Hernández	21/01/2019
4	94/2019	Miguel Angel Ramírez Hernández	05/02/2019



5	96/2019	Fabiola Inés Rosas Álvarez	11/02/2019
6	97/2019	Jaime Sánchez Salcedo	11/02/2019
7	98/2019	Octavio Contreras Ortiz	11/02/2019
8	99/2019	Noemi Yatzaret Ortega Torres	11/02/2019
9	117/2019	Alberto de Jesús Ordaz Tovar	12/02/2019
10	118/2019	Merilyn Diana Romero Martínez	12/02/2019
11	119/2019	Ricardo Torres González	12/02/2019
12	148/2019	Alex Jose Sulbarán Piña	25/02/2019
13	305/2019	Diana Morales Tovar	08/04/2019
14	311/2019	Luis Antonio Contreras Ruiz	10/04/2019
15	373/2019	Javier Ocototxle Yahuitl	08/05/2019
16	374/2019	Jhonatan Iván Gómez Elizondo	08/05/2019
17	435/2019	Juan Carlos Barrera Berber	06/06/2019
18	485/2019	Mauricio Aarón Reyna Guerrero	24/06/2019
19	496/2019	Berenice García Maldonado	28/06/2019
20	664/2019	Ricardo Zamora Márquez	17/10/2019
21	1306/2019	Ana Luz Añorve Ramírez	30/10/2019

B. Juicios

Se da seguimiento a dos demandas laborales que se encuentran en proceso de sustanciación.

C. Contratos.

La Coordinación Jurídica del Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México, durante el periodo comprendido del 01 de enero al 31 de diciembre de 2019, llevó a cabo la revisión de 85 Contratos de Prestación de Servicios y 2 Convenios de Terminación Anticipada de Contratos de Prestación de Servicios, remitidos por la Subdirección de Recursos Materiales, Abastecimientos y Servicios; así como de 22 Contratos Individuales de Trabajo y 23 Convenios Modificatorios a Contratos Individuales de Trabajo, elaborados por la Subdirección de Administración de Capital Humano.

D. Convenios.

La Coordinación Jurídica durante el periodo que se reporta, elaboró 06 Convenios de Colaboración, mismos que se describen a continuación:



NÚMERO DE CONVENIO	EVENTO	PARTES QUE INTERVIENEN	FECHA DE FIRMA	OBJETIVO	MONTO	VIGENCIA
S/N	Convenio Marco de Colaboración en materia de Promoción Turística entre el Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México y Madrid Destino, Cultura y Turismo y Negocios S.A.	Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México y Madrid Destino, Cultura y Turismo S.A.	29 de marzo de 2019	EL FONDO y MADRID DESTINO, tienen como objetivo establecer las bases de coordinación, concertación y cooperación entre ambas Ciudades, dentro de sus ámbitos de competencia, para el desarrollo de acciones que contribuyan a alcanzar mejores resultados de posicionamiento de marca e imagen y con ello generar sinergias que multipliquen los resultados de esfuerzo promocional como destino turístico de ambas Ciudades.	No hay monto	Del 29 de marzo de 2019 al 29 de marzo de 2021.
CCN-01/2019	Convenio Marco de Colaboración en materia de Promoción Turística y la Secretaría de Turismo de la Administración Pública del Estado de Campeche	Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México y la Secretaría de Turismo de la Administración Pública del Estado de Campeche	08 de abril de 2019	Establecer las bases de coordinación, concertación y cooperación entre ambas Ciudades, dentro de sus ámbitos de competencia, para el desarrollo de acciones que contribuyan a alcanzar mejores resultados de posicionamiento de marca e imagen y con ellos generar sinergia que multiplique los resultados de esfuerzo promocional como destino turístico de ambas Ciudades, con el propósito de fortalecer el flujo de turistas y visitantes, nacionales e internacionales.	No hay monto	Del 08 de abril de 2019 al 08 de abril de 2021.
CCL-001/2019	Desfile de Alebrijes Monumentales y Alebrijes Iluminados	Fideicomiso Museo de Arte Popular Mexicano	23 de abril de 2019	Estrategia de Promoción y de la Ciudad de México y Posicionamiento de la marca "CDMX" en el marco del evento "Desfile de Alebrijes Monumentales y Alebrijes Iluminados" organizado por el Fideicomiso Museo de Arte Popular Mexicano a través de la marca "MAP Museo de Arte Popular y Diseño".	\$1'000,000.00.	Del 24 de abril al 03 de noviembre de 2019.
CCN-002/2019		Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México y el Municipio de Mazatlán, Sinaloa		"El Fondo" El Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México y "El Municipio" el Municipio de Mazatlán, Sinaloa, tienen como objetivo establecer las bases de coordinación, concertación y cooperación entre ambas Ciudades, dentro de sus ámbitos de competencia, para el desarrollo de acciones que contribuyan a alcanzar mejores resultados de posicionamiento de marca e imagen y con ello generar sinergias que multipliquen los resultados de esfuerzo promocional como destino turístico de ambas Ciudades.	No hay monto	Del 22 de agosto de 2019 al 31 de octubre de 2021



CCL-002/2019	Grandes Artesanos de la Gastronomía	Fondo Mixto y Fideicomiso Museo de Arte Popular Mexicano	19/09/2019	El objeto del presente convenio consiste en la coordinación conjunta entre "EL FIDEICOMISO" y "EL FONDO" para la realización del servicio integral de promoción y difusión de la Ciudad de México como destino turístico cultural y posicionamiento de la Marca CDMX en el marco del evento denominado "Grandes Artesanos de la Gastronomía".	\$450,000.00	23 de septiembre de 2019
CCL-003/2019	Festival Vértice. Experimentación y Vanguardia.	Fondo Mixto y Universidad Nacional Autónoma de México a través de "CulturaUNAM"	03/10/2019	El presente convenio tiene por objeto que "EL FONDO" en alianza con "LA UNAM" por conducto de "CULTURAUNAM", colaboren en una estrategia para promover a la Ciudad de México como destino turístico, reforzándola como la Capital Cultural de América y fortalecer su Marca CDMX, mediante un servicio integral de comunicación y la generación de un contenido a través del FESTIVAL VÉRTICE. EXPERIMENTACIÓN Y VANGUARDIA, en adelante "EL EVENTO".	\$600,000.00 Incluido el IVA	Del 04 de octubre al 06 de diciembre de 2019

E. Publicación de las Reglas de Operación del Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México.

En cumplimiento al acuerdo número **SE/02/02/2019** de la Segunda Sesión Extraordinaria del Comité Técnico de este Fideicomiso, celebrada con fecha 21 de marzo de 2019, mediante el cual se autorizó la reforma a las Reglas de Operación del Fondo Mixto de Promoción Turística del Distrito Federal, también conocido como Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México, con fecha 09 de abril de 2019 se publicó en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México el *Aviso por el que se da a conocer al público en general la página electrónica en la que pueden ser consultadas dichas Reglas.*

F. Sexto Convenio Modificatorio al Contrato de Fideicomiso F/30343-8 denominado "Fondo Mixto de Promoción Turística del Distrito Federal" también conocido como Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México.

En el Sexto Convenio Modificatorio al Contrato de Creación del Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México, aprobado en la Segunda Sesión Extraordinaria del Comité Técnico, mediante el acuerdo número **SE/02/01/2019**, de fecha 21 de marzo de 2019, primeramente se recabó la firma del Lic. Jorge Darío Guerrero Carrasco, Presidente Suplente del Comité Técnico y Director General de Servicios Turísticos de la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México y posteriormente se turnó para firma de la Secretaría de Administración y Finanzas de la Ciudad de México, en su carácter de Fideicomitente Único de la Administración Pública de la Ciudad de México.



No obstante, en atención a la solicitud de la Subprocuraduría de Legislación y Consulta de la Procuraduría Fiscal de la Secretaría de Administración y Finanzas de la Ciudad de México, la Cláusula Octava, inciso I) del Contrato de Creación de este Fideicomiso debe adecuarse a lo previsto en el artículo 50 de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo y de la Administración Pública de la Ciudad de México, que a la letra indica: "Artículo 50. Al frente de cada Entidad Paraestatal habrá una persona titular de la Dirección General que será nombrada y removida libremente por la persona titular de la Jefatura de Gobierno". Asimismo, conforme a la reciente disolución del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., éste debe eliminarse de los invitados permanentes del Comité Técnico de esta Entidad, mismos que se encuentran enlistados en el párrafo segundo de la Cláusula Séptima del Contrato Constitutivo de este Fideicomiso; así como en el apartado de "Invitados" del artículo segundo del Reglamento de Operación del Comité Técnico.

Por lo anterior, la toma de conocimiento y aprobación de los ajustes respectivos al Contrato de Fideicomiso F/30343-8 denominado "Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México", se someterán a aprobación de este Órgano Colegiado durante la Cuarta Sesión Ordinaria de 2019.

G. Revocación y nombramiento de Apoderados y Mandatarios de la Marca CDMX, ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial

Con fecha 11 de junio de 2019, la Dirección General de este Fideicomiso, a través de la Coordinación Jurídica, solicitó al Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial lo siguiente:

- Revocación de Perla Yazmin Ibarra Olvera, como apoderado legal de la **marca CDMX – Ciudad de México**, y en su lugar, el nombramiento de Sara Paola Gállico Félix Díaz, en su carácter de Directora General de esta Entidad.
- Revocación de los CC. Armando López Cárdenas y Federico Peña Arteaga como mandatarios de la **marca CDMX – Ciudad de México**, y la designación de la Lic. Martha Martínez Molina, en su carácter de Coordinadora Jurídica de este Fondo Mixto, como nueva mandataria. y;
- Nuevo domicilio para oír y recibir notificaciones, ubicado en Calle Darwin Número 74 1er Piso Colonia Anzures Ciudad de México.

Lo anterior en los Expedientes de Marca siguientes:



	Fecha de solicitud	Fecha de Requerimiento / Fecha de Respuesta	Respuesta Final
1675226	18 - 06 - 2019	- / -	APROBADO (19/07/2019)
1675227	18 - 06 - 2019	- / -	APROBADO (19/07/2019)
1675228	18 - 06 - 2019	- / -	PENDIENTE
1675229	18 - 06 - 2019	- / -	PENDIENTE
1679170	18 - 06 - 2019	- / -	PENDIENTE
1679171	18 - 06 - 2019	19 - 08 - 2019* / 18 - 10 - 2019	PENDIENTE
1679172	18 - 06 - 2019	19 - 08 - 2019* / 18 - 10 - 2019	PENDIENTE
1679175	18 - 06 - 2019	19 - 08 - 2019* / 18 - 10 - 2019	PENDIENTE
1724465	18 - 06 - 2019	19 - 08 - 2019* / 18 - 10 - 2019	PENDIENTE

*Los requerimientos versaron respecto de la aclaración del nombre de titular, ya que el mismo se encuentra como Fondo Mixto de Promoción Turística del Distrito Federal y en las solicitudes se manifestó como Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México, por lo cual respondió con base en las modificaciones a que se refiere el Quinto Convenio Modificatorio del Contrato de Fideicomiso.

H. Cambio de Titular de la Marca CDMX, ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial

Derivado de los requerimientos respecto de la revocación y nombramiento de Apoderados y Mandatarios de la Marca CDMX, ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, dicho Instituto, señaló la necesidad de actualizar el nombre del Titular de la Marca atendiendo a las modificaciones legislativas y consecuentemente, al Contrato de Fideicomiso de esta Entidad.

Lo anterior en los Expedientes de Marca siguientes:

Número de Expediente	Fecha de solicitud	Respuesta Final
1675226	16 - 10 - 2019	PENDIENTE
1675227	16 - 10 - 2019	PENDIENTE
1675228	16 - 10 - 2019	PENDIENTE
1675229	16 - 10 - 2019	PENDIENTE
1679170	16 - 10 - 2019	PENDIENTE
1679171	16 - 10 - 2019	PENDIENTE
1679172	16 - 10 - 2019	PENDIENTE
1679175	16 - 10 - 2019	PENDIENTE
1724465	16 - 10 - 2019	PENDIENTE