



V.1.1

# ESTRATEGIA ESTATAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

## DIRECTORIO

**C.P. Carlos Joaquín González**

Gobernador Constitucional del Estado de Quintana Roo

**Mtro. Bernardo Cueto Riestra**

Secretario de Turismo del Estado de Quintana Roo

### COORDINADORES TÉCNICOS

**Mtro. Andrés Gerardo Aguilar Becerril**

Subsecretario de Promoción y Operación Turística  
SEDETUR

**Mtra. Larissa Kreutz Immich**

Directora de Atención al Turista  
SEDETUR

**Lic. Ariel Valtierra Hernández**

Director Técnico  
SEDETUR

### COLABORADORES

**Lic. Perla Avendaño Cárdenas**

Directora de Promoción Turística  
SEDETUR

**Mtra. Liliana Arauz Durán**

Directora de Comunicación Social  
SEDETUR

### COLABORADORES

**Mtro. Alfonso Zúñiga Padilla**

Director de Mercadotecnia Turística  
SEDETUR

**Lic. Jonathan Kevin Salazar Rodríguez**

Jefe de Departamento  
SEDETUR

**Lic. Lizbeth Guadalupe Briceño Cervera**

Jefa de Departamento de Quejas de Atención al Turista  
SEDETUR

**Lic. Diana Lizete Ku Kantun**

Asistente de la Subsecretaría de  
Promoción y Operación Turística  
SEDETUR

**Lic. Citlally Dayana Villanueva Castillo**

Asistente de Dirección Técnica  
SEDETUR

**C. Alma Lorena Tec Can**

Asistente de la Dirección de Atención al Turista  
SEDETUR

### DISEÑO GRÁFICO

**Lic. Ashanti Elías Hadad**

Directora de Diseño e Imagen Turística  
SEDETUR

**Lic. Raymundo José Bernardino Castro**

Jefe de Departamento de Imagen Turística  
SEDETUR

## Agradecimiento especial a:

Mtro. Óscar Montes de Oca Rosales, Fiscal General de Quintana Roo, Lic. Juan Roberto Loya Hernández, Director de la Oficina de Defensa del Consumidor, Mtro. Lucio Hernández Gutiérrez, Secretario de la Secretaría de Seguridad Pública de Quintana Roo, Lic. Nabil Armando Magaña Vázquez, Encargado de la Unidad de la Policía Cibernética de Quintana Roo, Lic. Jacqueline Pérez Zúñiga, Representante de la Unidad Policía Cibernética de Quintana Roo, Lic. Daniele Ivette Cano Cruz, Representante de la Unidad de la Policía Cibernética de Quintana Roo, Mtro. Carlos Maya Girón, Vicefiscal de Investigación Especializada de la Fiscalía General de Quintana Roo, Mtro. Alberto Caballero Torres, Coordinador de la Unidad de Investigación Cibernética, Fiscalía General del Estado, Lic. Juan Carlos Rivera Castellanos, Presidente del Consejo Consultivo Directivo, ASETUR, Lic. Laura Martínez Iturribarría, Enlace, Unión de Secretarios de Turismo de México, A.C., Lic. Ana Laura Castillo Brito, Encargada del Dpto. de Procedimiento Administrativo de Ejecución Odeco Zona Caribe Mexicano, C. Lizzie Cole, Directora de Promoción del CPTQ, Lic. Miriam Cortés Franco, Presidente Ejecutiva, ACLUVAQ, Ing. José Antonio González Palomo, Representante de ACLUVAQ, Lic. Rocío Intriago, Directora de Marketing del CPTQ, Lic. Javier Aranda Pedrero, Director Ejecutivo de la Asociación de Hoteles de Cancún, Puerto Morelos e Isla Mujeres, Lic. Eduardo Domínguez Ibarra, Representante de la Asociación de Hoteles de Cancún, Puerto Morelos e Isla Mujeres, Lic. Katinka Lira Valdo, Gerente RRPP de la Asociación de Hoteles de Cancún, Puerto Morelos e Isla Mujeres, Mtro. Sergio González Rubiera, Presidente AMAV, Ing. Julián Balbuena Alonso, Consejero en el Consejo de Administración de BDTG, Lic. Leonor Alarcón Méndez, Presidente, Consejo Nacional de Mujeres Uniendo Destinos, Lic. Marisa Steta, Representante Best Day Travel Group, Ing. Teresa Cárdenas, Representante Experiencias Xcaret, Lic. Jorge Luis Acatitla, Dirección de Seguridad Integral Xcaret.



## ÍNDICE

PRESENTACIÓN	8
METODOLOGÍA	12
CONTEXTO	14
PROBLEMÁTICA	16
Venta apócrifa de productos turísticos	16
Caracterización	20
Efectos	21
PROGRAMACIÓN PARA LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR	23
Objetivo	23
Estrategias	23
Líneas de acción	24
SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN	25
Mesa de trabajo	25
Seguimiento	26
Evaluación	27
ANEXOS TÉCNICOS	28
A. Identificación de actores clave	28
B. Árbol de problemas	30
C. Árbol de soluciones	32
D. Matriz de planeación	34
E. Ficha Técnica - #Verifica yViaja	38
F. Ficha Técnica - Plataforma Estatal de Prestadores de Servicios Turísticos	40
G. Ficha Técnica - Plataforma Verifica y Viaja Xiimbal	42

## PRESENTACIÓN

En el marco de la contingencia sanitaria por **COVID-19**, Quintana Roo se ha posicionado como uno de los **principales** destinos turísticos de **sol y playa** a nivel global. Al cierre de 2021 se registró una afluencia de más de **13 millones de turistas**, lo cual representó una recuperación de más del 80% respecto a los niveles de 2019, año previo al confinamiento.

La pandemia a su vez aceleró un proceso de **digitalización y conectividad** que ha impactado de manera directa al sector turístico, abriendo la posibilidad a una **mayor oferta** de productos y servicios, así como la diversidad en los **medios de pago** y el acceso a prestadores de servicios desde diferentes plataformas digitales.





Ante esta situación, en el último año se ha observado un importante **incremento** en la venta **apócrifa** de **productos turísticos** de **Quintana Roo**, por parte de suplantadores de agencias de viajes a través de medios digitales, situación que genera un conjunto de efectos que enfrentan los consumidores y empresas, y que, para las autoridades representa un reto en la búsqueda de mantener la **competitividad turística** de nuestros destinos.

Como un esfuerzo del sector público y privado, se integra la **Estrategia Estatal de Protección al Consumidor de Productos Turísticos**, con el objetivo de reducir el delito de fraude a través de la prevención, contención e impartición de justicia.

## METODOLOGÍA

La **Estrategia Estatal de Protección al Consumidor de Productos Turísticos** se desarrolla de la mano del **Enfoque del Marco Lógico (EML)**, método utilizado en el ámbito internacional, nacional y local, por organismos, instituciones y colectivos dedicados a la cooperación internacional, el desarrollo social y humano.

El EML consiste en un conjunto de análisis articulados para identificar/diagnosticar y diseñar políticas, planes, programas y proyectos, que a su vez se insertan en procesos de desarrollo más amplios. Estos análisis permiten dotar de **calidad metodológica y viabilidad** a las futuras intervenciones sociales. Es decir, se trata de un método cuyas técnicas favorecen y potencializan la sostenibilidad de los procesos de planeación.

Además del análisis documental de fuentes primarias y secundarias, el principal instrumento de consulta para la integración de esta estrategia fue la operación de una mesa de trabajo integrada por:

- Asociación de Clubes Vacacionales de Quintana Roo.
- Asociación de Hoteles de Cancún, Puerto Morelos e Isla Mujeres.
- Asociación Mexicana de Agencias de Viajes (Quintana Roo).
- Best Day Travel Group.
- Consejo de Promoción Turística de Quintana Roo.
- Consejo Nacional de Mujeres Uniendo Destinos.
- Fiscalía General del Estado de Quintana Roo.
- Grupo Xcaret.
- Procuraduría Federal del Consumidor (Oficina Quintana Roo).
- Secretaría de Turismo de Quintana Roo.
- Secretaría de Seguridad Pública del Estado de Quintana Roo.

La información proporcionada por esta mesa fue **sistematizada** a partir de los análisis y herramientas que aporta el **EML** en su fase de diagnóstico/identificación y diseño (ver anexos).

## CONTEXTO

- De acuerdo con el INEGI, durante el 2020 se cometieron 5.3 millones de delitos de fraude (bancario y al consumidor). En 43.4% de los casos, el fraude se cometió al pagar por un servicio o producto que no fue entregado.<sup>1</sup>
- Al segundo trimestre de 2021, se registraron 2.7 millones de las quejas por fraude cibernético en México (CONDUSEF).<sup>2</sup>
- En 2017 los fraudes cibernéticos representaban el 42% del total, para el 2021 la proporción aumentó a 70% (CONDUSEF).
- En Quintana Roo, durante 2020, el fraude representó una tasa de 8,111 delitos por cada 100 mil habitantes de 18 o más años.<sup>3</sup>
- En el estado, la tasa de incidencia delictiva por fraude ha registrado un incremento constante en los últimos años (INEGI).<sup>3</sup>
- Entre enero y agosto de 2021, agencias de viajes fraudulentas, afectaron a los consumidores por un monto mayor a los 16 millones de pesos (PROFECO).
- Durante la pandemia por COVID-19, a nivel nacional, se identificó un incremento en el número de páginas web y perfiles de redes sociales que ofertan paquetes turísticos apócrifos (SEDETUR).
- En los últimos cuatro años, se ha registrado un aumento constante de posibles fraudes en la venta de productos turísticos del Caribe Mexicano (SEDETUR).<sup>5</sup>

1 [https://inegi.org.mx/contenidos/programas/envipe/2021/doc/envipe2021\\_presentacion\\_nacional.pdf](https://inegi.org.mx/contenidos/programas/envipe/2021/doc/envipe2021_presentacion_nacional.pdf)

2 <https://www.condufef.gob.mx/documentos/comercio/Fraudes-Ciber-2doTrim2021.pdf>

3 [https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/envipe/2021/doc/envipe2021\\_qroo.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/envipe/2021/doc/envipe2021_qroo.pdf)

4 Informe Estadístico de Quejas contra Agencias de Viajes

5 Registros de la Secretaría de Turismo de Quintana Roo

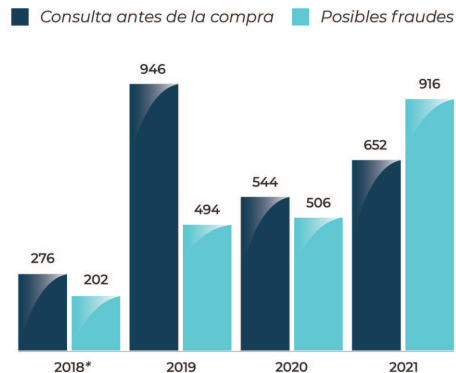


## PROBLEMÁTICA

### Venta apócrifa de productos turísticos.

En el marco de la contingencia por COVID-19, en Quintana Roo se detectó el incremento de la venta apócrifa por parte de suplantadores de agencias de viaje que ofertan paquetes turísticos a través de medios digitales.

Gráfica 1 Casos registrados en Quintana Roo



\*Nota: Información correspondiente al segundo semestre del año  
Fuente: Elaboración propia

A raíz de ello, la **Secretaría de Turismo del Estado de Quintana Roo (SEDETUR)**, en colaboración con la mesa de trabajo conformada por los organismos señalados anteriormente (ver página 13) se realizó un **análisis** para identificar las causas asociadas a esta situación, dando como resultado lo siguiente:

### A) Insuficiente prevención en la compra de productos turísticos

Esto se debe a la escasez de campañas de prevención que, adviertan al consumidor la importancia de verificar la completa legalidad y cumplimiento por parte del prestador de servicios turísticos (PST), situación que se ve condicionada por la carencia de recursos humanos y materiales, así como la falta de coordinación y concurrencia entre instituciones públicas, privadas y sociales.

Además, se identificó que la población adulta es mayormente vulnerable, por no contar con una **cultura y educación digital**; aunado a ello, la escasa infraestructura para la inclusión digital, son factores que facilitan el proceso de fraude hacia los consumidores.

## B) Insuficiente contención de la problemática:

Es importante reconocer que una vez ocurrido el fraude, tampoco existen **protocolos** de actuación para su oportuna atención, situación que se agrava cuando no existe trabajo en **conjunto** por parte de las instituciones relacionadas, ni la información suficiente que dimensione la afectación que genera esta problemática.

Así mismo, el escaso cumplimiento de la normativa turística vigente; por ejemplo, el poco interés y baja participación de los **PST** (10%) en el **Registro Nacional de Turismo** (RNT) y la falta de verificación de cumplimiento por parte de las autoridades competentes para aplicar sanción, no permite tener un **catálogo confiable** de PST y abre espacio a los suplantadores de agencias para cometer fraudes.

Además, se identificó que las empresas **no cuentan** con suficientes instrumentos de certificación digital (SSL) y seguridad en el resguardo para la protección de datos personales, circunstancia que deja **vulnerables** a muchos consumidores.

## C) Falta de sanción de la venta apócrifa de productos turísticos

La falta de cultura de **denuncia** por parte de los afectados, la complejidad en los procesos de investigación y la poca sanción del delito de fraude, provocan insuficiencia en la **impartición de justicia**, la cual se ve condicionada, en gran medida, por la carencia de recursos especializados y coordinación entre autoridades.

A lo anterior, se suma la falta de confianza de empresas y consumidores hacia las autoridades en general.



## Caracterización

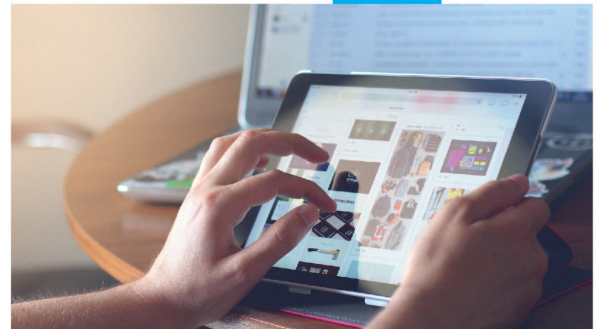
La **SEDETUR** mantiene comunicación directa con los turistas y visitantes de los diversos destinos del **Caribe Mexicano**. El contacto lo realiza el turista en dos momentos: antes de adquirir un **certificado vacacional**, en busca de corroborar la legalidad del prestador del servicio, y posterior al haber realizado el **pago** por el servicio, teniendo la sospecha de ser víctima de un fraude.

Con la información recabada, a través de la **Dirección de Atención al Turista**, ha sido posible caracterizar la venta apócrifa de productos turísticos de Quintana Roo:

- Uso de productos turísticos, principalmente Cancún, Playa del Carmen y Costa Mujeres.
- Documentos con nombres y razón social diferentes.
- Usurpación de identidad empresarial.
- Clonación de RNT de agencias legales.
- Imposibilidad de contactar directamente a la agencia.
- Ofertas con precios muy por debajo del valor del Mercado.
- Interés en hoteles de nueva apertura.
- Venta de viajes con fechas abiertas y a futuro.

## Efectos

El incremento de la venta apócrifa de productos turísticos también genera un conjunto de efectos negativos, turísticos, económicos e institucionales que enfrentan los consumidores, prestadores de servicios turísticos y que para las autoridades representa un reto en la búsqueda de mantener la competitividad turística de los destinos.



## Efectos

### EFFECTOS ECONÓMICOS

- Daño patrimonial del consumidor.
- Riesgo de menor derrama económica en los destinos.
- Riesgo de pérdida en la venta de los PST.

### EFFECTOS TURÍSTICOS

- Impacto en la Imagen del destino y de los PST.
- Pérdida de intención de viaje en el destino.
- Riesgo en la reducción de visitantes.

### EFFECTOS INSTITUCIONALES

- Incremento del número de quejas por posibles fraudes.
- Impunidad en el delito de fraude.
- Mala imagen del desempeño institucional.
- Desconfianza en las instituciones de gobierno.

## PROGRAMACIÓN PARA LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

### Objetivo

Reducir la venta apócrifa de productos turísticos de Quintana Roo.

### Estrategias

1

Prevenir al consumidor

2

Fortalecer la contención

3

Procurar la impartición de justicia

## Líneas de Acción

### 1. PREVENIR AL CONSUMIDOR

- 1.1 Caracterización de posibles víctimas por venta apócrifa.
- 1.2 Desarrollar e impulsar una campaña nacional de prevención.
- 1.3 Fortalecer la cultura digital en la población adulta.
- 1.4 Fortalecer los trabajos de ciber patrullaje.
- 1.5 Desarrollar una plataforma para la identificación de suplantadores de prestadores de servicios turísticos.

### 2. FORTALECER LA CONTENCIÓN

- 2.1 Desarrollar un protocolo de actuación ante el delito de fraude en el sector turístico.
- 2.2 Fomentar la participación de prestadores de servicios turísticos en el Registro Nacional de Turismo (RNT).
- 2.3 Fomentar la incorporación de mecanismos para la protección de datos personales y seguridad en el E-Commerce, por parte de los prestadores de servicios turísticos.
- 2.4 Procurar la certificación y sellos de confianza para la seguridad de información y protección de datos.
- 2.5 Implementar la Plataforma Estatal de Prestadores de Servicios Turísticos (PEPST).
- 2.6 Verificar el cumplimiento de los prestadores de servicios en la PEPST.

### 3. PROCURAR LA IMPARTICIÓN DE JUSTICIA

- 3.1 Incorporar cultura de la denuncia en la campaña nacional de prevención.
- 3.2 Incluir mecanismos que motiven la denuncia de las empresas en el protocolo de actuación.
- 3.3 Consolidar procesos de investigación relacionados con el fraude.
- 3.4 Procurar la sanción y reparación del daño por el delito de fraude.



## SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

### Mesa de trabajo

Los resultados en la implementación de la Estrategia Estatal de Protección al Consumidor de Productos Turísticos dependen en gran medida de la colaboración y consenso de los actores que conforman la Mesa de Trabajo que dio origen a esta iniciativa.

El éxito en la implementación de la estrategia requiere de la formalización y refrendo del compromiso a través de un convenio de colaboración que comprometa a cada una de las organizaciones participantes en la ejecución, seguimiento y evaluación de las acciones previstas.

Lo anterior como parte de los acuerdos generados en la Mesa de Trabajo.

### Seguimiento

Con la intención de llevar un registro y concentración de las acciones que se impulsen, se establecen las siguientes fechas para la entrega de reportes por parte de las organizaciones que formen parte del convenio:

- 31 de mayo de 2022.
- 31 de agosto de 2022.

### Evaluación

Una vez realizado el seguimiento a las acciones realizadas, es necesario evaluar el éxito de las estrategias implementadas a través de los indicadores que se muestran en el Anexo D Matriz de Planeación.



## ANEXOS TÉCNICOS

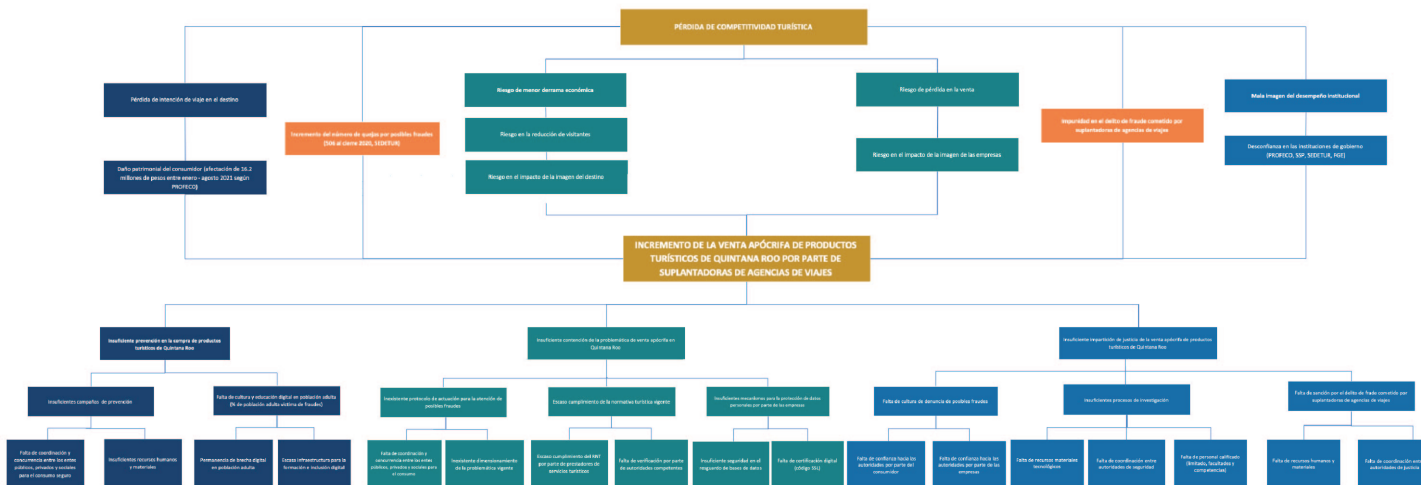
### A. Identificación de actores clave

Instituciones Públicas Federales	Instituciones Públicas Estatales
<ul style="list-style-type: none"> <li>Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Coordinación General de Comunicación (CGC)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Congreso Federal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Congreso Estatal</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consejo de Promoción Turística de Quintana Roo (CPTQ)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fiscalía General del Estado (FGE)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Secretaría de Turismo (SECTUR)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instituto de Capacitación para el Trabajo del Estado de Quintana Roo (ICAT)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Secretaría de Seguridad y Protección Ciudadana (SSPC)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instituto Quintanarroense de Innovación y Tecnología (IQIT)</li> <li>Poder Judicial</li> <li>Secretario Ejecutivo</li> <li>Secretaría de Turismo de Quintana Roo (SEDETUR)</li> <li>Secretaría de Finanzas y Planeación (SEFIPLAN)</li> <li>Secretaría de Seguridad Pública (SSP)</li> </ul>

Asociaciones no Gubernamentales	Iniciativa Privada
<ul style="list-style-type: none"> <li>Asociación de Clubes Vacacionales de Quintana Roo (ACLUVAQ)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aerolíneas</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Asociación Mexicana de Agencias de Viajes (AMAV)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Agencias de Viaje</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Asociación de Hoteles de Cancún, Puerto Morelos e Isla mujeres (AHCPM&amp;IM)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Call Centers</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Asociación de Internet MX (AIMX)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Clubes vacacionales</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Asociación Mexicana de Agencias de Viajes de Quintana Roo (AMAV)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Empresas telefónicas</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Asociación de Secretarios de Turismo de México (ASETUR)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hoteles</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Cámara Nacional de Aerotransportes (CANAERO)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Parques temáticos</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Cámara Nacional de la Industria Electrónica, de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información (CANIET)</li> </ul>	

# ANEXOS TÉCNICOS

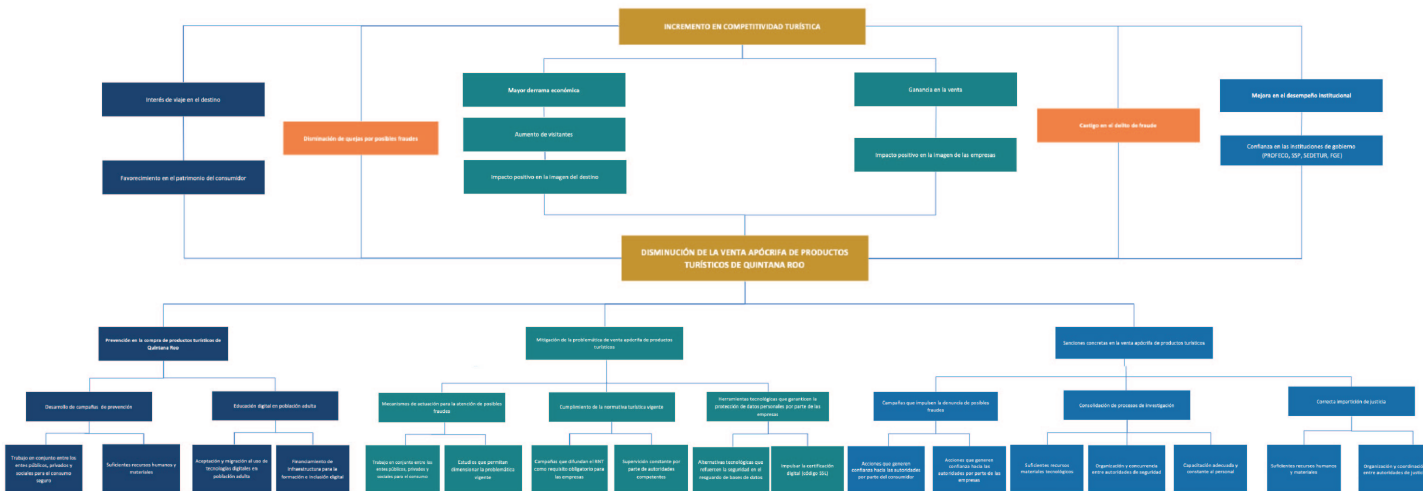
## B. Árbol de problemas





# ANEXOS TÉCNICOS

## C. Árbol de soluciones



## ANEXOS TÉCNICOS

### D. Matriz de planeación

MATRIZ DE PLANEACIÓN					
	LÓGICA DE INTERVENCIÓN	INDICADORES OBJETIVAMENTE VERIFICABLES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	HIPÓTESIS / SUPUESTOS	
OBJETIVO	Reducir la venta apócrifa de productos turísticos en Quintana Roo.	Disminución en el registro de posibles fraudes por venta apócrifa de productos turísticos de Quintana Roo.	Registro administrativo de la Dirección de Atención al Turista de la SEDETUR.	Se mantiene un ambiente de colaboración entre organizadores.	
	ESTRATEGIAS	1. Prevenir al consumidor.	Número de personas impactadas a través de la campaña #VerificayViaja.	Reporte técnico de alcance en impactos de redes sociales generado por SEDETUR en colaboración con ASETUR.	Se fortalecen los acuerdos entre el sector público y privado para un mayor impacto en la implementación de los mecanismos de prevención.
		2. Fortalecer la contención.	Incremento en el número de consultas por parte de consumidores para la compra segura.	Registro administrativo de la Dirección de Atención al Turista de la SEDETUR.	Se dispone de mecanismos y recursos necesarios que permitan el desarrollo y fortalecimiento en la contención a nivel federal y estatal.
		3. Procurar la impartición de justicia.	Número de carpetas de investigación iniciadas y asociadas al posible delito de fraude por venta apócrifa de productos turísticos de Quintana Roo.	Registro administrativo de la Fiscalía General del Estado.	Prevalece un ambiente de voluntad política que facilita la impartición de justicia.

## ANEXOS TÉCNICOS

### D. Matriz de planeación

	ACTIVIDADES	ACTORES CLAVE
1.1	Caracterización de posibles víctimas por venta apócrifa.	SSP / PROFECO / SECTUR / FGE / IP
1.2	Desarrollar e impulsar una campaña nacional de prevención.	SEDETUR / ASETUR / PROFECO / CPTQ / IP
1.3	Fortalecer la cultura digital en la población adulta.	SCT / IQIT / ICAT
1.4	Fortalecer los trabajos de ciberpatrullaje.	SSPC / SSP
1.5	Desarrollar una plataforma para la identificación de suplantadores de prestadores de servicios turísticos.	SSP / PROFECO / SECTUR / FGE
2.1	Desarrollar un protocolo de actuación ante el delito de fraude en el sector turístico.	SSPC / SSP / SECTUR / SEDETUR / FGE / PROFECO / IP
2.2	Fomentar la participación de prestadores de servicios turísticos en el Registro Nacional de Turismo (RNT).	SECTUR / SEDETUR / IP
2.3	Fomentar la incorporación de mecanismos para la protección de datos personales y seguridad en el E-Commerce, por parte de los PST.	CANIETI / AIMX / IP

	ACTIVIDADES	ACTORES CLAVE
2.4	Procurar la certificación y sellos de confianza para la seguridad de información y protección de datos.	SEDETUR / AIMX / IP / IQIT
2.5	Implementar la Plataforma Estatal de Prestadores de Servicios Turísticos (PEPST).	SEDETUR
2.6	Verificar el cumplimiento de los prestadores de servicios en la PEPST.	SEDETUR / AYUNTAMIENTOS
3.1	Incorporar cultura de la denuncia en la campaña nacional de prevención.	SEDETUR / ASETUR / PROFECO / CPTQ
3.2	Incluir mecanismos que motiven la denuncia de las empresas en el protocolo de actuación.	SSPC / SSP / SECTUR / SEDETUR / FGE / PROFECO / IP
3.3	Consolidar procesos de investigación relacionados con el fraude.	FGE
3.4	Procurar la sanción y reparación del daño por el delito de fraude.	TSIQROO

## FICHA TÉCNICA



### Objetivo

Crear una cultura de compra segura entre los viajeros a través de recomendaciones que prevengan el delito de fraude.

### Institución Ejecutora

Unión de Secretarías de Turismo de México (ASETUR) y las 32 Secretarías de Turismo de México.

### Descripción

Campaña dirigida a los turistas / viajeros finales que eligen comprar un viaje (ya sea vuelo, hospedaje, tour, paquete vacacional, etc.) a través de una agencia de viajes en línea

La difusión de materiales audiovisuales se da a través de los enlaces de Comunicación Social y/o Promoción Turística, con el objetivo de unir

esfuerzos de difusión y lograr un mayor alcance entre las comunidades de las diferentes plataformas con las que cuenta cada Secretaría de Turismo.

### Ámbito de aplicación

A nivel nacional.

### Fase del proyecto

En ejecución

### Fecha de inicio

19 de diciembre 2021



## FICHA TÉCNICA

### Plataforma Estatal de Prestadores de Servicios Turísticos

#### Objetivo

Crear un catálogo público de prestadores de servicios turísticos.

#### Institución Ejecutora

Secretaría de Turismo de Quintana Roo en coordinación con los Ayuntamientos del Estado.

#### Descripción

Constituye el mecanismo a través del cual el Estado y los Municipios podrán contar con la información sobre los prestadores de servicios turísticos y los servicios que prestan en términos comerciales al turista visitante de la entidad.

La inscripción a la Plataforma Estatal será gratuita y obligatoria para las personas físicas o morales que presten servicios turísticos, para lo cual deberán cumplir con los requisitos que determine el Reglamento.

#### Ámbito de aplicación

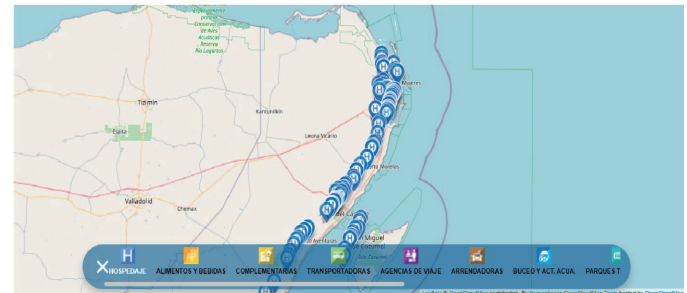
Quintana Roo

#### Fase del proyecto

En diseño

#### Fecha de inicio

19 de octubre de 2021



*\*Nota: Geoportail CPPSIT (imagen de referencia)*

## FICHA TÉCNICA



Verifica y Viaja  
Ximbal

### Objetivo

Proveer de información preventiva relacionado a suplantadores de prestadores de servicios turísticos con reportes asociados a fraude digital.

### Institución Ejecutora

Fiscalía General del Estado de Quintana Roo.

### Descripción

Una plataforma, con opción de búsqueda, que permite a diferentes usuarios consultar y verificar información acerca de prestadores de servicios turísticos que ofrecen paquetes vacacionales y, si es el caso, reportar algún comportamiento sospechoso.

### Ámbito de aplicación

Quintana Roo

42

### Fase del proyecto

En ejecución

### Fecha de inicio

23 de febrero del 2022



43



V.1.1

# ESTRATEGIA ESTATAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR DE PRODUCTOS TURÍSTICOS



**SEDETUR**  
SECRETARÍA DE TURISMO