



Ciudad de México, a 01 de abril de 2026
SECTURCDMX/DGIPT/033 /2026

MTRO. ANDRIK ADAN VALLEJO MATEOS
COORDINADOR DE FINANZAS EN LA
SECRETARÍA DE TURISMO DE LA CIUDAD DE MÉXICO
PRESENTE

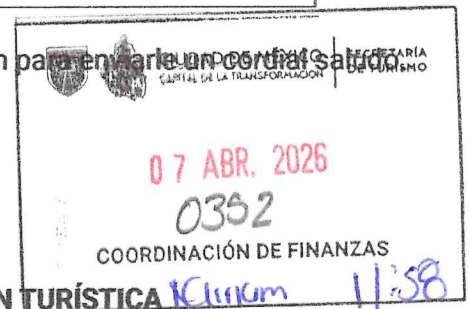
En respuesta a su similar SECTURCDMX/DAF/CF/089, me permito remitir el avance trimestral correspondiente al periodo de enero a marzo de las acciones para el ejercicio 2026 del programa presupuestario F005 "Desarrollo y Promoción de Productos Turísticos Sustentables", de conformidad con lo siguiente:

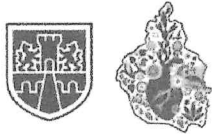
No.	EVENTO DE PROMOCIÓN O DIFUSIÓN	FECHA
1	Feria Internacional de Turismo en Madrid, España	20 al 24 de enero
2	Semana de Arte	3 de febrero
3	Viaje de familiarización de medios de comunicación enfocados al arte.	4 al 8 de febrero
4	Presentación de resultados y del Parkour de la Ciudad de México en Fortnite	06 de febrero
5	Sesión de Turismo organizada por la Cámara de Comercio Brasil-México	13 de febrero
6	Firma del Memorandum de Entendimiento entre Ciudad de México y Beijing.	13 de febrero
7	Conferencia de la Copa LGBT 2026	19 de febrero
8	Participación en ARLAG 2026 en Guadalajara	4 al 6 de marzo
9	Lanzamiento de la campaña "La pelota vuelve a casa"	12 de marzo
10	Activación en la Clase de Futbol más grande del mundo.	15 de marzo
11	Pulso Común: Encuentro Gastronómico entre Buenos Aires y Ciudad de México.	14 de marzo
12	Viaje de familiarización con agentes y tour operadores de Colombia	23 al 27 de marzo
13	Networking con agencias colombianas y sector turístico local.	26 de marzo
14	Caravana Centro 2026	23 al 27 de marzo
15	Guía turística multilingüe	Marzo
16	Campaña Jacarandas	Enero a Marzo
17	Publicaciones especializadas	Enero a Marzo
18	Campaña en redes sociales en China	Enero a Marzo

Agradeciendo la atención que se sirva dar al presente, aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE
JENNIE SHREM SERUR

DIRECTORA GENERAL DEL INSTITUTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA





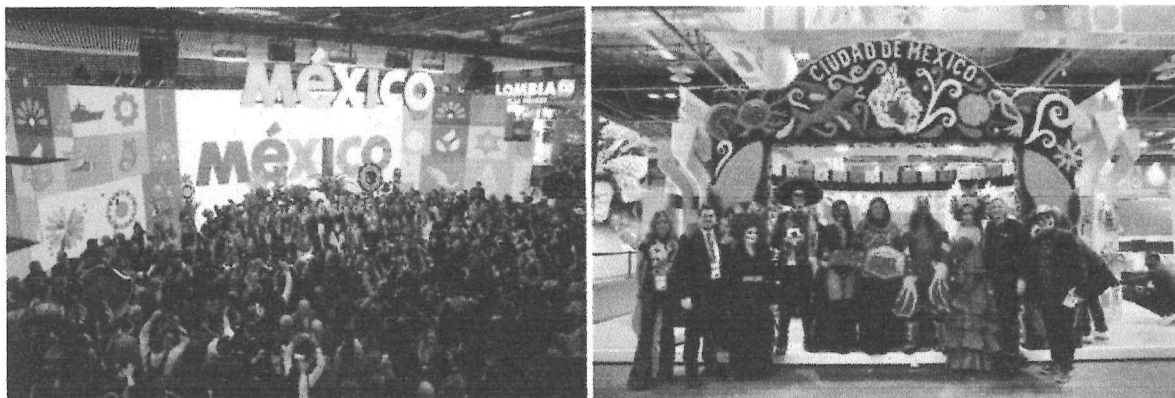
CIUDAD DE MÉXICO
CAPITAL DE LA TRANSFORMACIÓN

SECRETARÍA DE TURISMO
DIRECCIÓN GENERAL DEL INSTITUTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COORDINACIÓN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL

REPORTE TRIMESTRAL ENERO – MARZO 2026

1.- Feria Internacional de Turismo en Madrid, España.

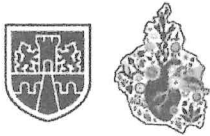
El primer mes de 2026 estuvo marcado por la celebración de FITUR realizada del 20 al 24 de enero en IFEMA, Madrid, una de las ferias turísticas más relevantes a nivel mundial, un evento estratégico que resultaba indispensable aprovechar, particularmente ante la designación de México como país socio, lo que amplificó de manera significativa la exposición mediática y la visibilidad internacional del país. En este contexto, la Ciudad de México concluyó su participación con resultados históricos. Esta presencia no solo consolidó el posicionamiento internacional de la capital como un destino competitivo y de primer nivel, sino que también reafirmó al turismo como un motor clave de desarrollo económico, generación de empleo y bienestar social para la población de la Ciudad de México.



Desde el Instituto de Promoción Turística se gestionó la participación de 13 expositores en el pabellón de la Ciudad de México, integrados por presidentes de asociaciones del sector y tour operadores, quienes acudieron a ofrecer y promover sus productos y servicios turísticos.

Gracias a esta articulación institucional y a la activa participación del sector, se concretaron 750 citas de negocio, fortaleciendo la vinculación comercial, la generación de oportunidades económicas y la proyección internacional de la oferta turística de la Ciudad de México.

Del 21 al 25 de enero, el pabellón de la Ciudad de México registró una afluencia récord de más de 120 mil visitantes, convirtiéndose en uno de los espacios más visitados del recinto ferial de IFEMA Madrid.



CIUDAD DE MÉXICO
CAPITAL DE LA TRANSFORMACIÓN

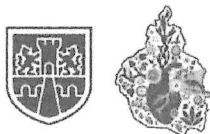
SECRETARÍA DE TURISMO
DIRECCIÓN GENERAL DEL INSTITUTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COORDINACIÓN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL



Se gestionaron diversas activaciones en el stand de la Ciudad de México con el objetivo de enriquecer la experiencia de los visitantes y atraer un mayor flujo de asistentes. Destacó la presencia de personajes icónicos de la capital como el Charro González, Catrinas de la procesión de catrinas, personaje de jacaranda y luchadores, quienes interactuaron con el público a través de dinámicas como la Lotería Chilanga, propiciando la toma de miles de fotografías.

Estas acciones generaron un alto nivel de interacción y dejaron un recuerdo significativo y positivo en la memoria de tour operadores y profesionales del sector turístico internacional, fortaleciendo el posicionamiento de la Ciudad de México como un destino culturalmente vibrante y auténtico.

Lanzamiento de Fortnite: Ciudad de México. Se llevó a cabo el lanzamiento oficial del videojuego de la Ciudad de México en la plataforma Fortnite, un ecosistema digital con más de 650 millones de usuarios activos a nivel global. Con esta acción, la Ciudad de México se



CIUDAD DE MÉXICO
CAPITAL DE LA TRANSFORMACIÓN

SECRETARÍA DE TURISMO
DIRECCIÓN GENERAL DEL INSTITUTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COORDINACIÓN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL

posicionó como el primer destino turístico en integrarse a esta plataforma de gaming, ampliando su alcance hacia nuevas audiencias, particularmente jóvenes y nativas digitales.

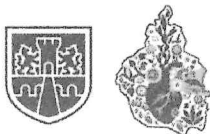
Esta iniciativa fortaleció la proyección internacional de la capital mediante el uso de herramientas innovadoras de promoción turística, alineadas con las tendencias globales de entretenimiento digital y marketing de destinos.



Gestionamos importantes **convenios de colaboración en materia de turismo:**

1. **Universidad Vatel de España.** Para la educación turística.
2. **Asociación Internacional para la Cooperación y el Desarrollo Turístico.**
3. **Consejo Nacional Empresarial Turístico.**
4. **Revista "Aire Libre".** Para lograr la promoción a nivel internacional del maratón de la Ciudad de México.





CIUDAD DE MÉXICO
CAPITAL DE LA TRANSFORMACIÓN

SECRETARÍA DE TURISMO
DIRECCIÓN GENERAL DEL INSTITUTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COORDINACIÓN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL

Premios y reconocimientos: La Ciudad de México postuló el proyecto insignia de Turismo Social "Colibrí Viajero" ante varias entidades para esta edición de FITUR, resultando acreedores a:

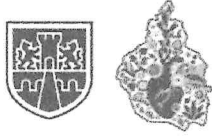
- **Premio de Turismo Social de la revista española "Aire Libre"**, una de las más prestigiosas de la feria, con una gran tradición en España sobre turismo y deporte.
- **Reconocimiento de la Asociación Internacional para la Cooperación y el Desarrollo Turístico, ASCICOTUR**, que integra a más de 44 países de Iberoamérica, en el que se concentran ideas, reflexiones y proyectos para el desarrollo turístico del planeta.
- **Reconocimientos de la Federación Internacional de Periodistas de Turismo.**

Asimismo, la revista Aire Libre nos entregó el premio de turismo deportivo por la promoción y organización del Maratón de la Ciudad de México.



La estrategia de promoción mundialista fue uno de los ejes centrales de la participación de la Ciudad de México, destacando que será la única ciudad del mundo en inaugurar una Copa del Mundo por cuarta ocasión. A través de acciones como la presentación del Estadio Banorte, la Bienvenida Mundialista, la Noche de México con autoridades de Host City y la difusión de la campaña "La pelota vuelve a casa", se proyectó una narrativa que impulsa la atracción de visitantes, inversiones y eventos internacionales.





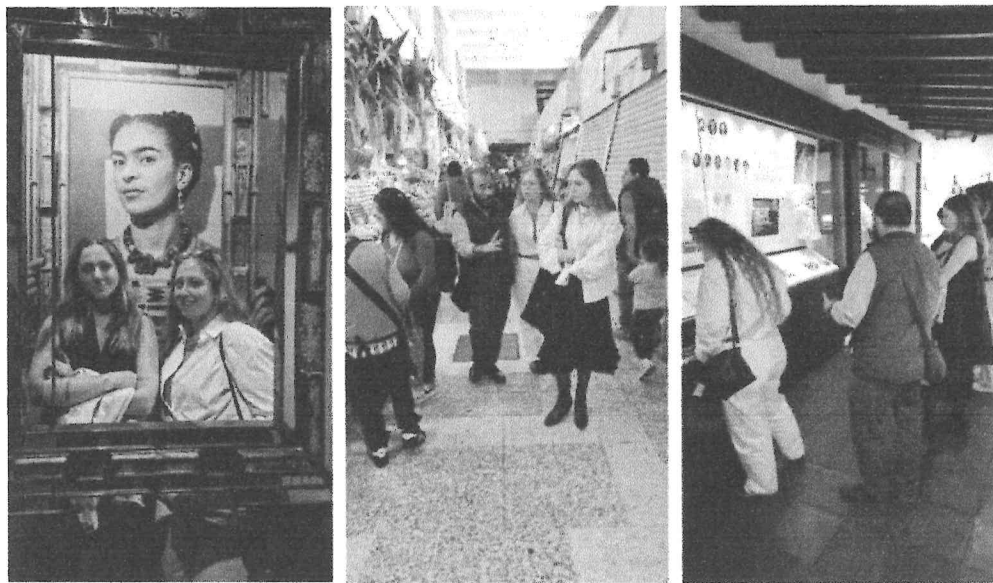
CIUDAD DE MÉXICO
CAPITAL DE LA TRANSFORMACIÓN

SECRETARÍA DE TURISMO
DIRECCIÓN GENERAL DEL INSTITUTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COORDINACIÓN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL

Los resultados superaron las expectativas. La semana registró la llegada de 378 mil turistas a la Ciudad de México, lo que representa un incremento de 78 mil visitantes respecto al año anterior. Esta cifra confirma la consolidación de la Semana del Arte como uno de los eventos culturales con mayor capacidad de atracción turística y derrama económica para la capital del país.

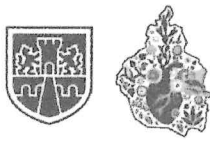
3.- Viaje de familiarización de medios de comunicación enfocados al arte.

Con motivo de la semana del arte, del 4 al 8 de febrero organizamos el viaje de familiarización de 3 medios de comunicación internacionales: Mousse Magazine y Design Wanted de Italia; así como Monocle de Estados Unidos de América, que generaron contenido de alto valor sobre arte, diseño y el destino:.



4.- Presentación de resultados y del Parkur de la Ciudad de México en Fortnite

El 06 de febrero, con la presencia de presidentes y dirigentes de las principales organizaciones turísticas de nuestra ciudad, compartimos los avances y estrategias que fortalecen la promoción turística de nuestra capital, impulsando su identidad cultural, su diversidad y el talento que hace única a nuestra ciudad.



CIUDAD DE MÉXICO
CAPITAL DE LA TRANSFORMACIÓN

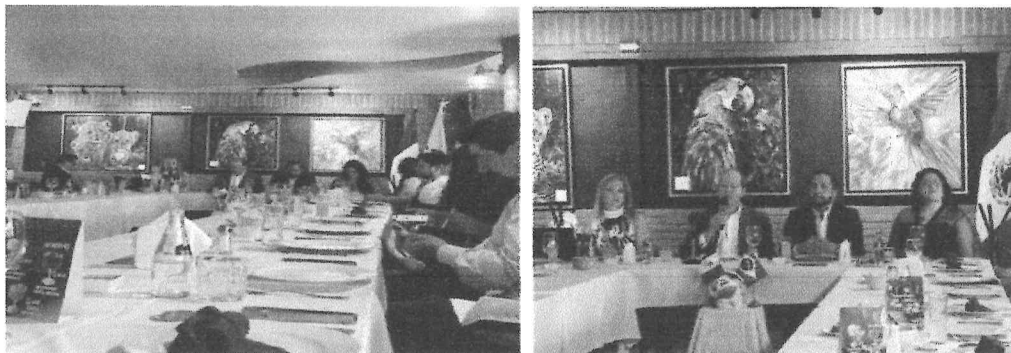
SECRETARÍA DE TURISMO
DIRECCIÓN GENERAL DEL INSTITUTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COORDINACIÓN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL

Desde nuestra presencia en ferias internacionales hasta el lanzamiento del Parkour de la Ciudad de México en Fortnite, seguimos innovando para conectar con nuevas audiencias y atraer más visitantes, inversiones y oportunidades para todas y todos.



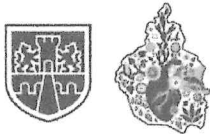
5.- Sesión de Turismo organizada por la Cámara de Comercio Brasil-México

Participamos en la sesión encabezada por el presidente, Miguel Ruiz, y por el Cónsul Adjunto de São Paulo, Alberto Limas. Durante el encuentro celebrado el 13 de febrero se abordaron temas estratégicos para fortalecer el flujo turístico entre ambos países, como la implementación de la E-Visa para ciudadanos brasileños y las acciones previstas rumbo a 2026. Por parte del Instituto de Promoción Turística se compartió la estrategia de promoción internacional de la Ciudad de México, destacando la próxima participación en ILTM Latin America 2026, que se llevará a cabo en São Paulo, uno de los encuentros más relevantes del turismo de lujo en la región.



6.- Firma del Memorándum de Entendimiento entre Ciudad de México y Beijing.

El 13 de febrero participamos activamente en la organización de la ceremonia encabezada por la Secretaria de Turismo de la Ciudad de México, Alejandra Frausto Guerrero, y por el Sr. Xu Zhentao, Director General de la Oficina de Cultura y Turismo de Beijing. Este acto protocolario

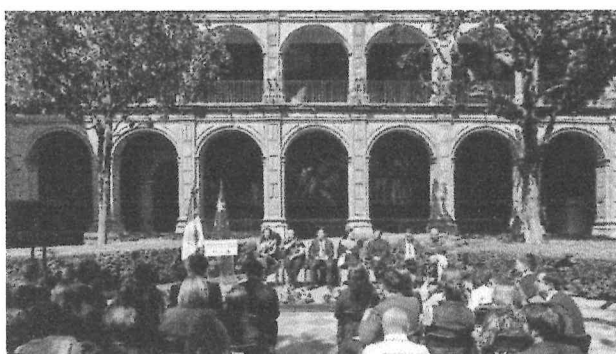


CIUDAD DE MÉXICO
CAPITAL DE LA TRANSFORMACIÓN

SECRETARÍA DE TURISMO
DIRECCIÓN GENERAL DEL INSTITUTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COORDINACIÓN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL

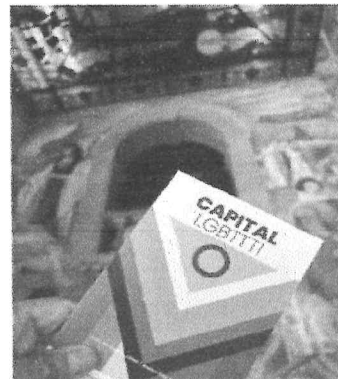
consolidó un compromiso institucional orientado a ampliar la colaboración turística, fortalecer la cooperación bilateral y generar nuevas oportunidades de intercambio entre ambos destinos.

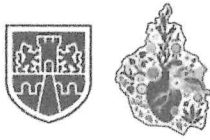
La presencia de autoridades de la República Popular China en México, así como de empresarios y representantes del sector turístico de la capital, confirmó el interés estratégico por profundizar los vínculos entre ambos mercados. Este acercamiento sienta las bases para el desarrollo de acciones conjuntas en promoción, conectividad, intercambio cultural y atracción de visitantes, alineadas con una visión de largo plazo en la relación turística entre Ciudad de México y Beijing.



7.- Conferencia de la Copa LGBT 2026

Asistimos a la conferencia de prensa de la Copa LGBT 2026, realizada en la Casa de Cultura Azcapotzalco el 19 de febrero, evento que, en su séptima edición, se consolida como el encuentro deportivo de diversidad más grande de México, con la participación de 2,000 atletas nacionales e internacionales en 20 disciplinas, así como actividades culturales y una feria de la diversidad sexual. En el marco del Día Internacional contra la Homofobia en el Fútbol, se reiteró el compromiso institucional de impulsar el deporte como un espacio libre de discriminación, que promueve la inclusión, el respeto y el ejercicio pleno de derechos para todas, todos y todes.





CIUDAD DE MÉXICO
CAPITAL DE LA TRANSFORMACIÓN

SECRETARÍA DE TURISMO
DIRECCIÓN GENERAL DEL INSTITUTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COORDINACIÓN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL

8.- Participación en ARLAG 2026 en Guadalajara

Con la finalidad de fortalecer el posicionamiento de la Ciudad de México entre agentes de viajes y actores clave de la cadena de valor turística, se participó en la edición 2026 de ARLAG del 4 al 6 de marzo en Guadalajara. En este espacio, y en coordinación con la delegación de agencias de viajes de AMAV CDMX, se realizó una presentación de destino ante más de 350 agentes de viajes a nivel nacional.

Como resultado, se concretaron nuevas alianzas comerciales y estratégicas que contribuirán a incrementar la comercialización del destino. Asimismo, durante el desarrollo de la feria se estableció contacto con más de mil agentes de viajes de la región del Bajío, generando una base de datos robusta que permitirá dar seguimiento a oportunidades de negocio y consolidar este mercado prioritario.



9.- Lanzamiento de la campaña “La pelota vuelve a casa”

En colaboración con la Jefatura de Gobierno y la Dirección General de Comunicación Social, el 12 de marzo se llevó a cabo el lanzamiento de la nueva campaña de la Ciudad de México con motivo de la Copa Mundial de Fútbol 2026, bajo el concepto “La pelota vuelve a casa”.

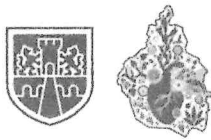


CIUDAD DE MÉXICO
CAPITAL DE LA TRANSFORMACIÓN

SECRETARÍA DE TURISMO
DIRECCIÓN GENERAL DEL INSTITUTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COORDINACIÓN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL

El evento incluyó la instalación de elementos emblemáticos como un muro artesanal decorativo y un mega balón de fútbol, diseñados para generar experiencias visuales atractivas y fortalecer el sentido de identidad y pertenencia en torno al evento. Esta campaña busca posicionar a la Ciudad de México como el corazón histórico del fútbol mundial y como un destino imperdible durante la justa internacional.





CIUDAD DE MÉXICO
CAPITAL DE LA TRANSFORMACIÓN

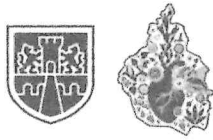
SECRETARÍA DE TURISMO
DIRECCIÓN GENERAL DEL INSTITUTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COORDINACIÓN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL

10.- Activación en la Clase de Fútbol más grande del mundo.

Como parte de las acciones de activación en espacio público, se realizó la instalación de un mural temático y el mega balón de fútbol durante la realización de la Clase de Fútbol más grande del mundo en el Zócalo capitalino el 15 de marzo, uno de los hitos más relevantes rumbo al Mundial 2026.

Esta intervención contribuyó a generar un impacto mediático superior a los 7 millones de personas, tanto asistentes como audiencia alcanzada a través de medios de comunicación y plataformas digitales. Con ello, se fortaleció la visibilidad de la Ciudad de México como sede activa y participativa en el contexto mundialista.





CIUDAD DE MÉXICO
CAPITAL DE LA TRANSFORMACIÓN

SECRETARÍA DE TURISMO
DIRECCIÓN GENERAL DEL INSTITUTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COORDINACIÓN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL

11.- Pulso Común: Encuentro Gastronómico entre Buenos Aires y Ciudad de México.

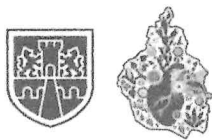
El 14 de marzo se llevó a cabo el encuentro gastronómico "Pulso Común", que reunió a destacados chefs de Buenos Aires y Ciudad de México, varios de ellos con reconocimientos internacionales, incluyendo estrellas Michelin.



El evento fungió como una plataforma de intercambio cultural y gastronómico, convocando a líderes del sector y personalidades clave de ambos destinos. En este marco, se realizó el refrendo del Convenio de Colaboración en materia turística, previamente firmado en Buenos Aires durante la Feria Internacional de Turismo de Argentina 2026, con la participación de la Entidad de Turismo de Buenos Aires y la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

Este tipo de acciones fortalece la cooperación internacional y posiciona a la gastronomía como un eje estratégico de promoción turística.





CIUDAD DE MÉXICO
CAPITAL DE LA TRANSFORMACIÓN

SECRETARÍA DE TURISMO
DIRECCIÓN GENERAL DEL INSTITUTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COORDINACIÓN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL

12.- Viaje de familiarización con agentes y tour operadores de Colombia

Del 23 al 27 de marzo se realizó un viaje de familiarización con la participación de 11 agencias de viajes y tour operadores provenientes de Colombia, uno de los principales mercados emisores hacia la Ciudad de México.

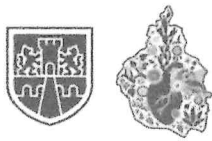
Durante su estancia esta Dirección ofreció recorridos culturales, gastronómicos, religiosos y de naturaleza; hoteles, atracciones y servicios para crear alianzas comerciales y sean un verdadero promotor del destino. Estas agendas de trabajo intensas están enfocadas en maximizar el tiempo para visitar la mayor cantidad de lugares posible.

Con esta invitación la Secretaría reafirma su compromiso con la promoción internacional de nuestras tradiciones y el fortalecimiento con los lazos de cooperación con tour operadores y agentes de viajes de todo el mundo.



13.- Networking con agencias colombianas y sector turístico local.

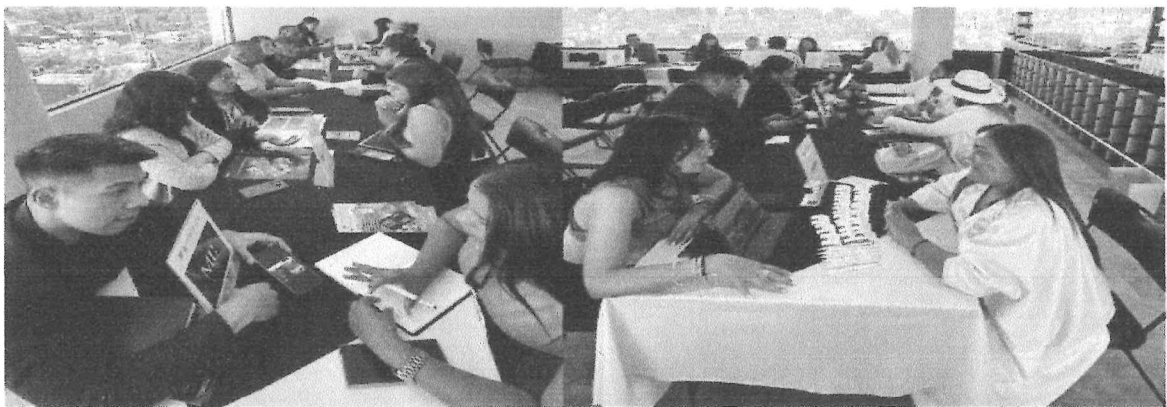
El 26 de marzo, como parte de esta estrategia, se organizó un evento de vinculación empresarial en el que participaron 57 empresas turísticas de la Ciudad de México, incluyendo hoteles, DMC's, agencias receptoras y emisoras, así como empresas de transporte y servicios turísticos integrales.



CIUDAD DE MÉXICO
CAPITAL DE LA TRANSFORMACIÓN

SECRETARÍA DE TURISMO
DIRECCIÓN GENERAL DEL INSTITUTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COORDINACIÓN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL

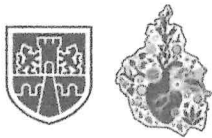
Durante la jornada se realizaron citas de negocio que permitirán, en el corto y mediano plazo, la generación de nuevas oportunidades comerciales, fortaleciendo la llegada de turistas colombianos y consolidando la relación con este mercado prioritario.



14.- Caravana Centro 2026

Con el objetivo de dar a conocer el destino y posicionar a la Capital en la zona Centro del país, la Secretaría de Turismo en conjunto con la Asociación de Agencias de Viajes de la Ciudad de México, realizó la Caravana del centro del 23 al 27 de marzo, que abarcó las ciudades de Toluca, Puebla, Cuernavaca, Xalapa y Pachuca.

La presencia de la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México reforzó el liderazgo de la capital como destino competitivo en el centro del país. En las cinco ciudades y ante 250 agencias de viajes y touroperadores que participaron, se dieron a conocer todos los atractivos, infraestructura, beneficios, movilidad, recursos y la capacidad de atención a los turistas nacionales y extranjeros,

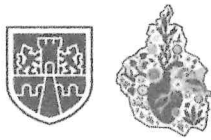


CIUDAD DE MÉXICO
CAPITAL DE LA TRANSFORMACIÓN

SECRETARÍA DE TURISMO
DIRECCIÓN GENERAL DEL INSTITUTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COORDINACIÓN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL

a partir de las cualidades y expectativas que genera ser una de las sedes principales previstas para el Mundial 2026.





CIUDAD DE MÉXICO
CAPITAL DE LA TRANSFORMACIÓN

SECRETARÍA DE TURISMO
DIRECCIÓN GENERAL DEL INSTITUTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COORDINACIÓN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL

15.- Guía turística multilingüe

Se llevó a cabo la traducción de la Guía Turística Digital de la Ciudad de México a los idiomas francés, italiano y portugués, como parte de una estrategia integral orientada a fortalecer la proyección internacional del destino. Esta acción responde a la necesidad de facilitar el acceso a información turística relevante para mercados emisores clave, permitiendo a visitantes potenciales contar con contenidos claros, accesibles y culturalmente adecuados en su lengua materna.

16.- Campaña jacarandas

Como parte de la estrategia de posicionamiento de la temporada de jacarandas, orientada a atraer turismo hacia la Ciudad de México, se diseñó, elaboró y distribuyeron 60,000 ejemplares del suplemento especial Ciudad de México Corazón Grande: Temporada de Jacarandas. Este material fue concebido como una herramienta de promoción para resaltar los atractivos paisajes urbanos que se engalanan con la floración de las jacarandas, proyectando una imagen visualmente distintiva y altamente competitiva del destino.

El suplemento se enfocó en destacar escenarios emblemáticos de la ciudad que, durante esta temporada, adquieren un valor estético y turístico diferencial, capaz de captar el interés de visitantes internacionales.





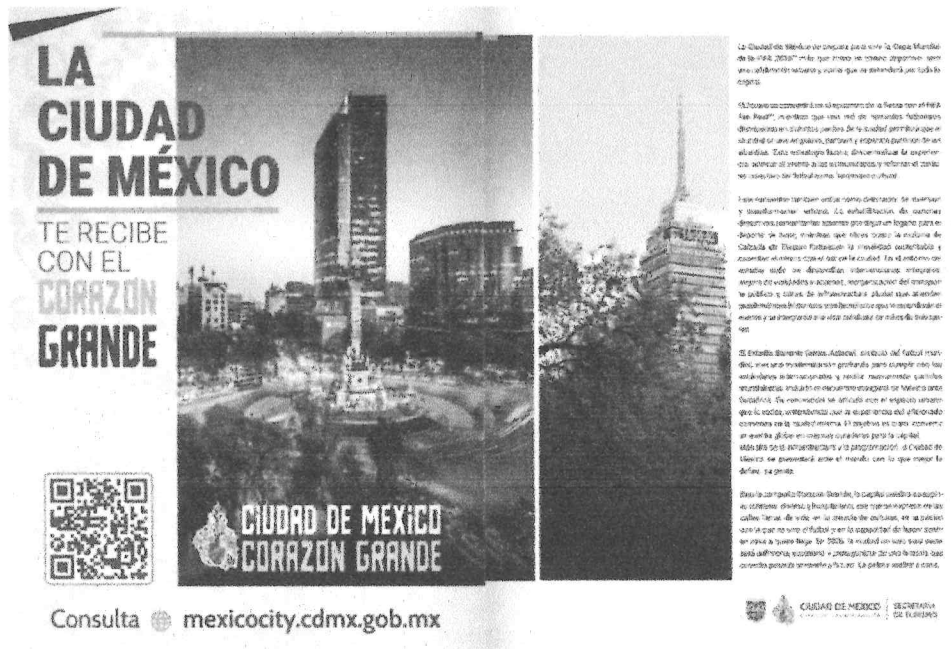
CIUDAD DE MÉXICO
CAPITAL DE LA TRANSFORMACIÓN

SECRETARÍA DE TURISMO
DIRECCIÓN GENERAL DEL INSTITUTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COORDINACIÓN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL

17.- Publicaciones especializadas

Como parte de las acciones de promoción turística internacional, se gestionó la inclusión de la Ciudad de México en espacios editoriales estratégicos dentro de publicaciones especializadas de alto alcance, destacando la Guía AireLibre FITUR 2026 y una página dedicada en la Guía AireLibre Destino México 2026.

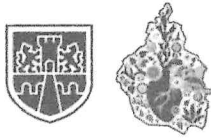
Estas inserciones permitieron posicionar al destino ante audiencias internacionales clave, particularmente en el marco de ferias y plataformas globales de turismo, mediante contenidos diseñados para resaltar su riqueza cultural, oferta gastronómica, patrimonio histórico y experiencias únicas.



18.- Campaña en redes sociales en China

La Ciudad de México continúa consolidando su presencia oficial en las plataformas digitales WeChat y Red Little Book (Xiaohongshu), con el propósito de fortalecer la estrategia de posicionamiento en el mercado chino, uno de los segmentos internacionales con mayor potencial de crecimiento para el destino.



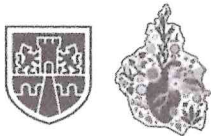


CIUDAD DE MÉXICO
CAPITAL DE LA TRANSFORMACIÓN

SECRETARÍA DE TURISMO
DIRECCIÓN GENERAL DEL INSTITUTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COORDINACIÓN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL

Estas acciones forman parte de la estrategia integral de comunicación digital en mercados emergentes, enfocada en difundir contenidos relevantes sobre la oferta turística, cultural y gastronómica de la Ciudad de México, adaptados a los hábitos de consumo y preferencias del público local.





CIUDAD DE MÉXICO
CAPITAL DE LA TRANSFORMACIÓN

SECRETARÍA DE TURISMO
DIRECCIÓN GENERAL DEL INSTITUTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COORDINACIÓN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL

ATENTAMENTE
JENNIE SHREM SERUR

DIRECTORA GENERAL DEL INSTITUTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
ÁREA TÉCNICA REQUIRENTE