



FIPROTUY
Fideicomiso de Promoción Turística
del Estado de Yucatán
SEFOTUR

YUCATÁN
www.yucatan.travel

PROPUESTA DE INVERSIÓN DE RECURSOS DEL FIDEICOMISO 2014

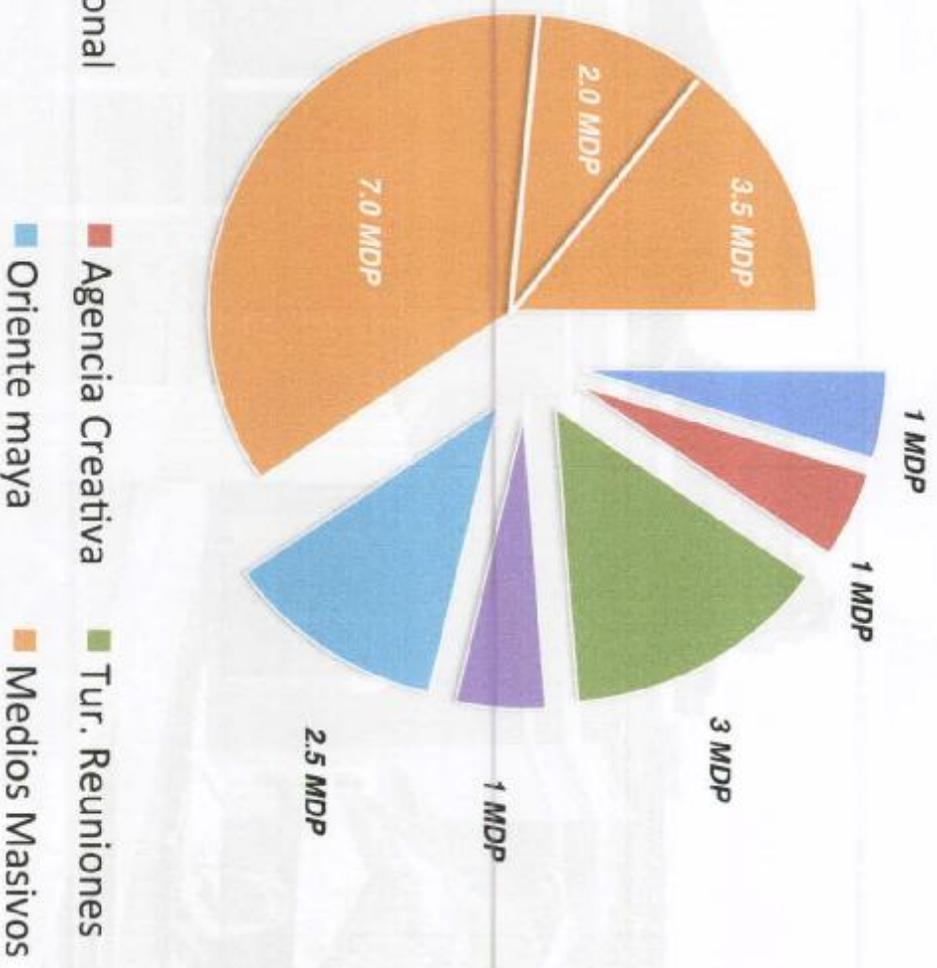


Propuesta de aplicación de los recursos del Fideicomiso 2014

PRESUPUESTO ESTIMADO 2013
 23 MILLONES DE PESOS POR CONCEPTO DE IMPUESTO SOBRE EL HOSPEDAJE

PROPUESTA DE APLICACIÓN

- 1 MDP para la contratación de una agencia de Relaciones Públicas Nacional
- 1 MDP para la contratación de una agencia Creativa y Desarrollo de Materiales Gráficos y Audio-Visuales
- 3 MDP Turismo de Reuniones
- 1 MDP Posicionamiento y Promoción Online
- 2.5 MDP Posicionamiento y Comercialización Oriente Maya (Izamal, Chichén Itzá, Valladolid)
- 12.5 MDP Publicidad Nacional – Medios Masivos
 - 3.5 MDP Marca Mérida
 - 2.0 MDP Cooperativos con Aerolíneas
 - Viva Aerobus
 - Aeromexico
 - Interjet
 - Volaris
 - Tropic Air
 - 7.0 MDP Marca Yucatán



1.- OBJETIVOS

Posicionar Yucatán como destino turístico, familiar, descanso, negocios y de placer en general.
Dar a conocer los diferentes productos que ofrece Yucatán para el mercado mexicano.
Diferenciar a Yucatán de todos los estados de México basándonos en su cultura, gastronomía, atractivos turísticos, opciones de hospitalidad, etc..
Encontrar al viajero sofisticado y ofrecer un gran atractivo en Yucatán, potencializados clúster y el producto

2.- TARGET AUDIENCES

Publico A, B B+ de los siguientes rubros en todas las edades y sexos:
Revistas, periódicos, radio y televisión:
Secciones de turismo
Secciones de estilo de vida
Secciones de negocios
Secciones sociales
Secciones de gastronomía
Secciones de finanzas

3.- ESTRATEGIAS:

Invitación a Líderes de opinión de la talla de: Marco Beteta (líder de opinión), Oscar Mario Beteta, celebridades y socialites a yucatán con cobertura de medios
Acercamiento con medios de comunicación de estilo de vida, turismo, gourmet, negocios, en forma de entrevistas, ruedas de prensa, viajes de familiarización o eventos especiales.
Envío de press kit físico y digital a todos los medios gourmet, estilo de vida, sociales , turismo y líderes de opinión
Cobertura de eventos especiales de Yucatán
Manejo de redes sociales
Creación de promociones en radio, tv e impresos dirigidos al consumidor
Establecer alianzas con marcas para dar más fuerza al destino

FICHA INFORMATIVA

Agencia Creativa del Destino

- 1.- Desarrollo de un manual de uso de marca con ejecuciones y aplicaciones para la estrategia creativa del destino
- 2.- Desarrollo y edición de materiales gráficos y audiovisuales
- 3.- Desarrollo y adaptación de materiales para ejecuciones online
- 4.- Desarrollo y adaptación de animaciones y multimedia para el material promocional del destino

Agencia de Publicidad Regional

Desarrollo de la estrategia de posicionamiento regional para el Oriente Maya de Yucatán, así como para la promoción de turismo medico, eventos culturales y deportivos, fines de semana largos y ofertas de temporada baja de Mérida

Contratación y ejecución en medios regionales de la estrategia de posicionamiento

FICHA INFORMATIVA

Agencia Online

DESARROLLO Y EJECUCION DE LA ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DEL PORTAL WWW.YUCATAN.TRAVEL EN EL MERCADO NACIONAL

- Posicionamiento de marca en todo el contenido desarrollado para la promoción de los atractivos turísticos de Yucatán. El crecimiento en la visita al sitio [yucatan.travel](http://www.yucatan.travel) debe tener su base en el impacto generado por los medios masivos, como:
 - Espectaculares
 - Prensa
 - Folletería
 - Radio
 - Televisión
- Un mayor tamaño en la imagen institucional del sitio para generar el estímulo a la búsqueda de información en línea.
- Apoyo directo de redes sociales, al realizar menciones que requieran información más específica colocar el enlace al sitio [yucatan.travel](http://www.yucatan.travel), este debe ser el ancla en 1 de 2 menciones en la red. Aplicación de anuncios en sitios como Facebook y youtube, como lo son las historias patrocinadas, como una ruta dirigida hacia el sitio [yucatan.travel](http://www.yucatan.travel)
- Conexión directa desde todos los sitios web que se vinculen a [Yucatan.travel](http://www.yucatan.travel) colocando un banner de mayor tamaño al inicio del sitio.
 - Oficina de congresos y convenciones (www.occyucatan.com)
 - Turismo medico (www.yucatan.travel/turismomedico)
 - Sefotur (<http://www.sefotur.yucatan.gob.mx/>)
 - Inventur (<http://www.inventur.yucatan.gob.mx/>)
 - Redes sociales (Facebook – Twitter)

FICHA INFORMATIVA

Agencia Online

- Colocación de imágenes y banners de alta calidad en sitios de interés turístico y de impacto al público meta.
 - Mundoejecutivo.mx , Forbes.com.mx, masexpos.com, soyentreprenneur.com, etc.
- Habilitación de SEO (google) con los títulos característicos de búsqueda:
 - Valladolid e Izamal
 - Naturaleza, sol y playa
 - Arqueología
- Calendario de eventos actualizados como medio de consulta (meridianfest, warrior dash, etc) , con su respectiva promoción en medios específicos como redes sociales y revistas especializadas.
- Habitación el sistema de Social Popup, cuando el visitante llega por primera vez, le aparecerá la opción de agregar las cuentas de twitter y Facebook de yucatan.travel esto ayudara a incrementar el numero de seguidores y posicionamiento permanente en las publicaciones que le llegan al usuario y que el pueda compartirlo al momento.
- Habilitar la publicación de webinars desde el sitio web. Asi como los videos (segmentos) que se han grabado para la promoción turística del sitio.

Posicionamiento del destino en mercados prioritarios

- Ciudad de México
- Estado de México
- Monterrey
- Guadalajara
- Veracruz
- Bajío

Negociación con medios nacionales para la potencialización del presupuesto por ejemplo:

- 18 publireportajes en los principales rotativos en fin de semana y en sección de viaje, en la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey
- Televisión de paga en mercados prioritarios
- Espectaculares o vallas electrónicas en la ciudad de México en zonas comerciales
- Principales revistas de circulación nacional de corte social, estilo de vida, arqueología, viajes, negocios y arquitectura
- Menciones en radio de cobertura nacional
- Revistas de las principales aerolíneas del país
- Cineminutos en las principales cadenas de cine nacional
- Crédito en medios ejecutados por 180 días
- Comprobación y armado de carpetas de acuerdo a los lineamientos del consejo de Promoción Turística de México

FICHA INFORMATIVA

Congresos & Convenciones

PROPUESTA 2014

Presupuesto de 3 MDP para acciones de promoción o publicidad acorde a la propuesta presentada por el director de la OCC

- 1.5 millones: Publicidad / Campaña de Mantenimiento en Medios Especializados
- Analizar impacto de medios 2013 y Continuar con los Medios que estratégicamente sean necesarios
- Recursos en Cooperativo con el CPTM

-1.5 millones:

- Atracción de eventos de plaza bajo reglamentación:

Monto máximo por evento de \$500 mil pesos de apoyo para la atracción de eventos
Eventos que sean mayores a las 3,500pax, para garantizar el impacto general a la Hotelería
Recursos ofrecidos bajo aprobación del Fideicomiso y previa justificación por escrito de cada proyecto por parte de la OCC

- Evento de Promoción de Yucatán como Sede de Eventos
Evento en Ciudad de México
Monto \$500 mil pesos



FIPROTUY

Fideicomiso de Promoción Turística
del Estado de Yucatán
SEFOTUR

YUCATÁN

www.yucatan.travel

PROCEDIMIENTOS PARA LA APLICACIÓN DE RECURSOS DEL FIDEICOMISO PARA EL AÑO 2014

MARCO DE REFERENCIA

La Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Prestación de Servicios Relacionados con Bienes Muebles, tiene por objeto regular las acciones relativas a la planeación, programación, presupuestación y control que en materia de adquisiciones y arrendamientos de bienes muebles y prestación de servicios relacionados con los mismos, que realicen la Dirección y Entidades de la Administración Estatal.

La Ley contempla en el artículo 18 que las adquisiciones, arrendamientos y servicios se adjudicaran o llevaran a cabo a través de licitaciones públicas. El artículo 26 refiere que ..."Cuando por razón del monto de la adjudicación, arrendamiento o servicio, resultase inconveniente llevar a cabo el procedimiento de Licitación; la Dirección y las Entidades podrán fincar pedidos, celebrar contratos sin adjudicarse a dicho procedimiento, siempre que el monto de la operación no exceda de los límites a que se refiere este artículo y se satisfagan los requisitos que el mismo señala"...

De acuerdo al Presupuesto de Egresos del Gobierno del Estado de Yucatán para el ejercicio fiscal 2013 en su artículo 61 señala:

Para los efectos establecidos en el artículo 26 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Prestación de Servicios Relacionados con Bienes Muebles, los montos máximos de adjudicación directa y de adjudicación mediante invitación por lo menos a tres propuestas, sin incluir el impuesto al valor agregado, que podrán realizar las dependencias y entidades durante 2013, serán los que se establecen en el referido presupuesto.

Es de mencionar que el "**Fideicomiso de Administración de Inversión para la Promoción Turística del Estado de Yucatán**", se encuentra sujeta a la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Prestación de Servicios Relacionados con Bienes Muebles, en virtud de tener asignado recursos estatales públicos para su operación y administración.



FIPROTUY

Fideicomiso de Promoción Turística
del Estado de Yucatán
SEFOTUR

YUCATÁN
www.yucatan.travel

PROCEDIMIENTO

Apegado a las recomendaciones de la Secretaría General de la Contraloría del Estado en el mes de octubre 2013.

1. Apegarse a la legislación existente.
2. Se deberá informar al Comité Técnico del Fideicomiso del proceso de contratación: Invitación a 3 proveedores o Licitación según sea el caso de acuerdo a los montos de inversión establecidos y aprobados.
3. Realización de Convocatorias Nacionales para las licitaciones necesarias de acuerdo al esquema de inversión que haya sido aprobado por el Comité Técnico del Fideicomiso.
4. Licitación (es)
 - **Primer Día:**
 - Junta de Aclaraciones
 - Presentación de propuestas técnicas
 - Sobre cerrado con todas las especificaciones
 - Exposición presencial de cada uno de los participantes
En este punto podrán participar los integrantes del comité técnico del fideicomiso; así como invitados especiales **con derecho a voz; dejando constancia de sus comentarios y observaciones de cada exposición.** Contenidos, alcances y tiempo de la licitación se definirá en las bases.
 - Presentación de propuestas financieras
 - En sobre cerrado para análisis y revisión del comité calificado para la licitación.
 - **Segundo Día:** Fallo por el comité calificado para la licitación (funcionarios públicos)



FIPROTUY

Fideicomiso de Promoción Turística
del Estado de Yucatán
SEFOTUR

YUCATÁN

www.yucatan.travel

PROPUESTA DE TIEMPOS:

1. Una vez determinado y aprobado en sesión extraordinaria del Comité Técnico del Fideicomiso en el mes de noviembre la inversión y distribución de los recursos:

- Se haría una convocatoria económica (primera semana de diciembre) a los integrantes del fideicomiso para presentar las bases de la o las licitaciones y que estas se puedan enriquecer con sus aportaciones, quedando debidamente integradas.

2. Las convocatorias para las licitaciones se realizarían la segunda quincena de enero, a fin de que a partir del 1 de febrero se puedan desarrollar las campañas contratadas.