



**FIPROTUY**  
Fideicomiso de Promoción Turística  
del Estado de Yucatán  
SEFOTUR

**YUCATÁN**  
[www.yucatan.travel](http://www.yucatan.travel)

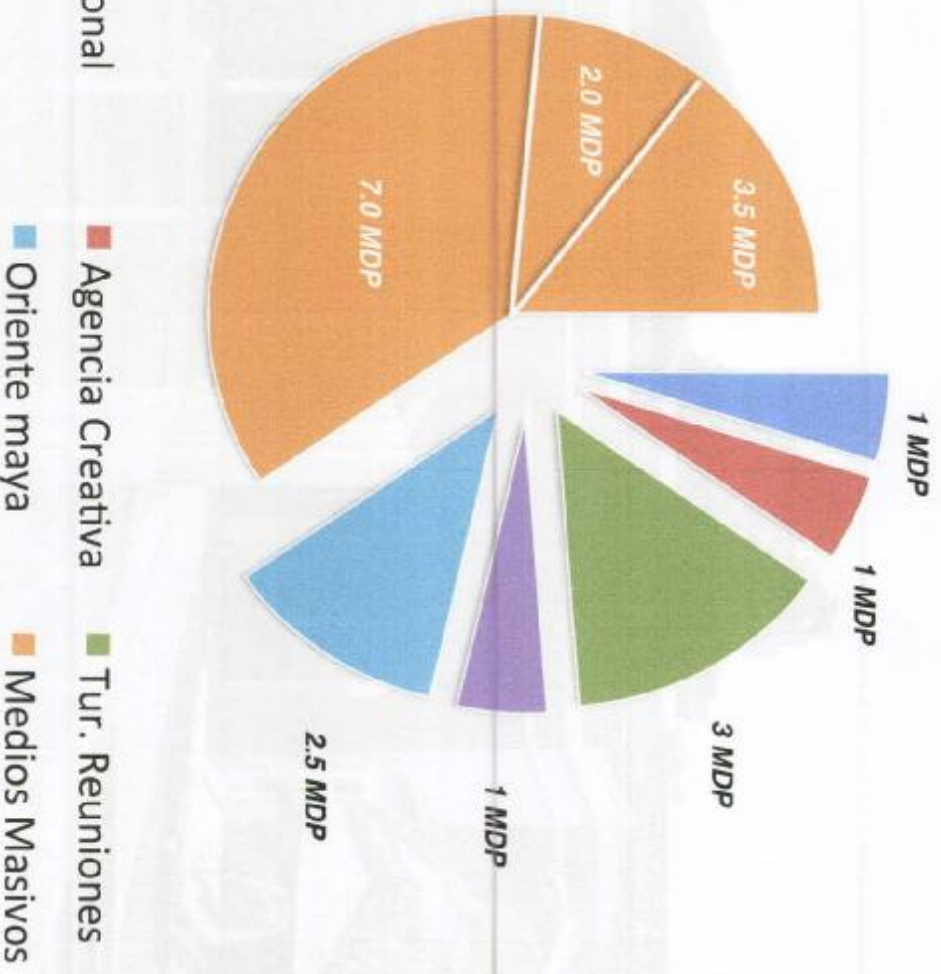
# PROPUESTA DE INVERSIÓN DE RECURSOS DEL FIDEICOMISO 2014

# 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

**DESARROLLO Y EJECUCION DE LA ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DEL PORTAL [WWW.YUCATAN.TRAVEL](http://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](http://www.occyucatan.com))
  - Turismo medico ([www.yucatan.travel/turismomedico](http://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](http://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](http://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.