

GOBIERNO DEL ESTADO DE YUCATÁN**FIDEICOMISO PARA LA PROMOCIÓN Y FOMENTO AL DESARROLLO
TURÍSTICO Y ECONÓMICO DEL ESTADO DE YUCATÁN****BASES PARA LA LICITACIÓN PÚBLICA NÚMERO FIPROTUY-L6-SERVICIO
DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD-2023****PARTIDA ÚNICA****ANEXO A**

PARTIDA ÚNICA. - SERVICIO DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD MEDIANTE ALIANZAS ESTRATÉGICAS Y PROGRAMAS DE COOPERADOS CON SOCIOS COMERCIALES INTERNACIONALES PARA ESTADOS UNIDOS, CANADÁ, EUROPA Y LATINOAMÉRICA, QUE INCLUYE: EL SERVICIO DE PLANEACIÓN, IMPLEMENTACIÓN, EJECUCIÓN, MONITOREO, ADMINISTRACIÓN Y CONTRATACIÓN DE MEDIOS PARA LOS PROGRAMAS DE PUBLICIDAD COOPERADA CON EMPRESAS DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA PARA LA PROMOCIÓN DEL ESTADO DE YUCATÁN.

DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS.

1. Objeto de la contratación.

Contar con una agencia de publicidad para la planeación, implementación, ejecución, monitoreo, administración y contratación de medios para los programas de publicidad cooperada entre empresas de la industria turística y el Estado de Yucatán durante un periodo contando a partir de la suscripción del contrato correspondiente y hasta el 31 de diciembre de 2023, como parte de las acciones de promoción turística en el ejercicio fiscal 2023 que realiza el FIPROTUY, a través de la Secretaría de Fomento Turístico del Estado de Yucatán.

2. Mercado Objetivo.

Target Internacional

Hombres y Mujeres con NSE A+, A, B+, B.

Con edades entre 18 y 70 años con afinidad al viaje, preferencia por destinos turísticos culturales, que pernocten por lo menos 4 noches, con educación técnica, universitaria y superiores que tomen vacaciones por lo menos 2 veces por año con un gasto promedio de \$200 dólares diarios o más, con intención de viaje frecuente, alto rango de influencia social y preferencia por destinos culturales.

Área geográfica de exposición:

- EEUU: Miami, Houston, Dallas, San Diego, Los Ángeles, San Francisco, Oakland
- CANADÁ: Región de Ontario
- Europa: Francia, España, Alemania, Reino Unido
- Latinoamérica: Colombia, Perú, Guatemala

Segmentación por Perfil y Demanda Turística

- Cultura
- Zonas Arqueológicas
- Gastronomía
- Aventura y Naturaleza
- Sol y playa
- Lujo
- Romance

- Bienestar
- Turismo rural y/o comunitario

3. Objetivos generales

- Aumentar la penetración, visibilidad, mantenimiento y exposición de la marca destino en compradores finales y dentro de la misma industria turística
- Incrementar la afluencia y la estadía de visitantes al Estado, así como el posicionamiento de Yucatán como un multidestino que ofrece EXPERIENCIAS ÚNICAS en el mercado nacional e internacional.
- Focalizar los esfuerzos publicitarios para impulsar los segmentos de mercado:
 - Cultural e histórico.
 - Aventura y Naturaleza.
 - Gastronómico.
 - Sol y playa.
 - Lujo y bienestar.
 - Turismo rural y/o comunitario.
- Seguimiento a la Campaña “Yucatán es Color” y sus diferentes adaptaciones a cada mercado internacional, con el fin de atraer al turismo nacional e internacional, así como continuar con la recuperación de mercados.
- Incrementar la derrama económica promedio de visitantes al Estado
- Continuar con el crecimiento en la llegada de turistas a la entidad por arriba de la media nacional
- Promocionar los pueblos mágicos de Yucatán, destacar la atraer a turistas aventureros, viajeros culturales, amantes de la naturaleza, gastronomos, o personas interesadas en experiencias únicas.
- Mantener una estrategia de marketing digital innovadora y con diferenciación de marca
- Buscar permanentemente la conversión e intención de compra
- Incrementar la conversación digital y la venta dura
- Fortalecer la creación de un “lovemark”

4. Fecha y Medios para la prestación de los Servicios

El plazo de la ejecución de los servicios será de la suscripción del contrato correspondiente y hasta el 31 de diciembre de 2023.

Los medios para la difusión de las campañas serán aquellos que se propongan en el plan de medios y sean aprobados por la SECRETARÍA y los socios comerciales seleccionados.

La Dirección de Mercadotecnia y la Dirección de Promoción y Ferias Especializadas de la SEFOTUR, será el área responsable de la administración del contrato, quien tendrá en todo tiempo el derecho de verificar cualquier asunto relacionado con la prestación de “Los Servicios”, la cual está ubicada en Centro de Convenciones Yucatán Siglo XXI, en la Calle 5-B No. 293 por 60 Planta Alta. Col. Revolución, de la Ciudad de Mérida, Yucatán, C.P. 97118.

Responsabilidad de "El Postor"

"El Postor" será el único responsable por la prestación en tiempo y forma de los "Servicios", ajustándose a las especificaciones, cantidades y condiciones requeridas por el presente Anexo Técnico, y en su caso a las indicaciones que al respecto reciba del Área Administradora del contrato y verificación de los "Servicios".

5. Descripción de los servicios requeridos.

a) Planeación de programa de publicidad cooperada entre destino y socio comercial.

De acuerdo con el perfil de cada uno de los socios estratégicos, sus objetivos y target que la Dirección de Mercadotecnia y la Dirección de Promoción y Ferias Especializadas entregué a "El postor adjudicado", así como de la selección de medios a contratar, "El postor adjudicado" deberá presentar un plan de publicidad cooperada que cubra la selección de socios comerciales entregada por el Dirección de Mercadotecnia y la Dirección de Promoción y Ferias Especializadas. Este documento deberá incluir: nombre del socio, objetivo, mercado específico, cobertura, acciones de promoción y/o medios a cubrir por parte del socio, acciones de promoción y/o medios a cubrir por parte del destino, tipo de medio, y monto de inversión.

NORTEAMÉRICA (Estados Unidos y/o Canadá) y Europa

TIPO DE SOCIO	MERCADO INT	NO. DE ALIANZAS CON SOCIOS COMERCIALES
AEROLÍNEA / TERMINAL AÉREA	NORTEAMÉRICA (EEUU y/o CANADÁ)	2 o +
ONLINE TRAVEL AGENCY INTERNACIONAL	NORTEAMÉRICA (EEUU y/o CANADÁ)	1 o +
	EUROPA	2 o +
AGENCIAS DE VIAJES y/o MAYORISTAS	EUROPA	6 o +

LATINOAMÉRICA

TIPO DE SOCIO	MERCADO INT	NO. DE ALIANZAS CON SOCIOS COMERCIALES
AEROLÍNEA	LATAM	1 o +
ONLINE TRAVEL AGENCY INTERNACIONAL		1 o +
AGENCIAS DE VIAJES y/o MAYORISTAS		5 o +

La Dirección de Mercadotecnia y la Dirección de Promoción y Ferias Especializadas aprobará la propuesta de programas de publicidad cooperada para su aplicación conforme a los tiempos y condiciones de operación de la campaña de cooperativos, que se especifican en este anexo técnico.

"El postor adjudicado" deberá presentar el plan de medios y la pauta para cada uno de los socios comerciales del FIDEICOMISO durante el periodo de contratación.

b) Implementación del plan de medios y acciones de promoción.

"El postor adjudicado" debe garantizar y pagar los espacios comerciales en todos los medios presentados en el plan de medios y conforme a la pauta aprobada por la Dirección de Mercadotecnia, la Dirección de Promoción y Ferias Especializadas y los SOCIOS COMERCIALES. Será responsable directo de la coordinación del envío/entrega en tiempo y forma del material a difundir en los mismos.

"El postor adjudicado" enviará el material a los medios y garantizará la difusión de los materiales conforme a las aprobaciones que emita la Dirección de Mercadotecnia y la Dirección de Promoción y Ferias Especializadas.

c) Compra de espacios comerciales de medios.

"El postor adjudicado" elaborará, con base a su propuesta técnica, la pauta para la compra de espacios comerciales y acciones de promoción acordadas con cada uno de los socios comerciales, la cual deberá ser autorizada por la Dirección de Mercadotecnia y la Dirección de Promoción y Ferias Especializadas para proceder a la confirmación de la disponibilidad de inventario de los medios y entregar a nombre del FIDEICOMISO la orden de inserción correspondiente, la cual se deberá entregar de forma electrónica y/o impresa.

El programa de publicidad cooperada podrá sufrir modificaciones, de acuerdo con los requerimientos de la Dirección de Mercadotecnia y la Dirección de Promoción y Ferias Especializadas. Se pagarán únicamente los servicios devengados.

d) Ejecución y monitoreo.

Con base en el plan de cooperativos y en la pauta autorizada "El postor adjudicado" deberá supervisar, dar seguimiento y monitorear la ejecución de la campaña, a través de herramientas propias y/o las proporcionadas por los medios, para identificar el correcto cumplimiento del plan de cooperativos y asegurar los objetivos de la campaña de publicidad cooperada en los diferentes medios y acciones de promoción seleccionadas.

Cualquier cambio en el plan de cooperativos será notificado de manera inmediata por escrito bajo acuse de recepción por la Dirección de Mercadotecnia y la Dirección de Promoción y Ferias Especializadas, para su análisis y autorización correspondiente.

"El postor adjudicado" deberá reportar a la Dirección de Mercadotecnia y a la Dirección de Promoción y Ferias Especializadas las variaciones por concepto de inserciones en los medios dentro de las 24 horas siguientes a su conocimiento.

e) Administración, seguimiento y comprobación.

"El postor adjudicado" administrará y dará seguimiento a la compra, revisión de materiales, adaptación, tráfico y control de materiales, compra de espacios comerciales de medios, monitoreo y control de presupuesto por los servicios.

Asimismo, "el postor adjudicado", bajo la supervisión de la Dirección de Mercadotecnia y la Dirección de Promoción y Ferias Especializadas, deberá administrar y dar seguimiento al control del presupuesto, control de facturación y control de pagos por los servicios de la presente licitación, incluyendo compra de espacios comerciales de medios, teniendo la capacidad de reportar:

Control de planes ejecutados por cada socio comercial:

- Tipo de medio.
- Descripción
- Monto a invertir
- Temporalidad / periodo del plan de medios
- KPIs
- Alcance

La pauta autorizada por la Dirección de Mercadotecnia la Dirección de Promoción y Ferias Especializadas se integrará en la documentación comprobatoria y generará las facturas correspondientes del proveedor de medios a nombre de "El postor adjudicado".

f) Testigos

"El postor adjudicado" entregará al término de la campaña de difusión respectiva, la comprobación, la cual incluirá las facturas por concepto de la difusión en medios, las cuales deben acompañarse de copias de las facturas de los medios y/o socios comerciales correspondientes con su respectiva comprobación (testigos).

Los servicios se pagarán devengados presentando lo siguiente:

- Copia de la pauta ejecutada autorizada.
- Según el socio comercial que corresponda, conforme al siguiente cuadro.

TESTIGOS		
TIPO DE SERVICIO	TESTIGO	FORMATO
Plan de medios	Debe contener: nombre de la campaña, objetivo de comunicación, cobertura, tipo de medio, nombre comercial, perfil sociodemográfico considerando penetración y/o alcance, temporalidad, número de impactos, costo unitario.	Electrónico en PDF e impreso
Pauta de difusión	Cobertura, tipo de medio, nombre comercial, número de impactos, costo.	Electrónico en PDF e impreso

Impresos	100% de los anuncios en publicación original y escaneados en digital	Página del ejemplar donde aparezca el anuncio con nombre del medio y fecha (2 juegos) y en su caso ejemplar de la publicación. Electrónico en PDF e impreso
DIGITAL	Reporte del 100% de cada pauta ejecutada, impresión aleatoria de pantallas y reporte ejecutivo de hallazgos.	Electrónico en PDF e impreso
Exteriores	Reporte con testigos de anuncios en memoria gráfica de la campaña de difusión en la que se observe la identificación del espacio donde se coloca el anuncio, así como el número de impactos obtenidos por dicho espacio publicitario.	Electrónico en PDF e impreso
Capacitaciones	Reporte fotográfico de los entrenamientos realizados incluyendo nombre, objetivo y personas capacitadas	Electrónico en PDF e impreso

La Dirección de Mercadotecnia y la Dirección de Promoción y Ferias Especializadas se reserva el derecho de rechazar cualquier documento comprobatorio, en los que no estén debidamente desglosados las características y atributos de los servicios ejecutados de acuerdo con las disposiciones del presente anexo y la empresa tendrá un plazo no mayor a 7 días naturales para realizar correcciones pertinentes.

Carpeta de comprobación con testigos

En un plazo no mayor a 20 días hábiles a partir del término de cada campaña cooperada, "El postor adjudicado" deberá entregar una carpeta ejecutiva en la que deberán considerarse: estrategia de alianzas comerciales, pauta autorizada, así como un reporte de seguimiento, testigos; en formato impreso y digital (CD o USB).

6. Requisitos que deberán cumplir quienes deseen participar.

Condiciones.

Ninguna de las condiciones contenidas en estas bases de la licitación, así como las presentadas por los POSTORES en sus proposiciones podrán ser negociadas.

El "POSTOR" adjudicado deberá comprobar que tiene experiencia en la planeación, implementación, ejecución, monitoreo, administración y contratación de medios para los programas de publicidad cooperada con empresas de la industria turística.

7. Lugar de prestación de los servicios.

El "POSTOR" adjudicado prestará los servicios solicitados conforme a los lugares y calendario establecido por el área usuaria.

El calendario de los cursos con las fechas, horarios y sedes serán notificados previa autorización de la Dirección de Mercadotecnia y la Dirección de Promoción y Ferias Especializadas.

8. Presupuesto autorizado

Las partidas presupuestales en las cuales se encuentra el recurso a ejercer será: 4163 UBP 14443 del Fideicomiso Para La Promoción Y Fomento Turístico Y Económico Del Estado De Yucatán (FIPROTUY).

Autorizado en el rubro específico *"Campañas, acciones publicitarias y de promoción y alianzas estratégicas con socios comerciales para EEUU, CANADÁ y Europa"* y en el rubro específico denominado *"Campañas, acciones publicitarias y de promoción y alianzas estratégicas con socios comerciales para Latinoamérica"*, aprobado por el comité técnico en la primera sesión ordinaria del año 2023.