

DIRECCIÓN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

PROGRAMA DE DIFUSIÓN TURÍSTICA 2017

I OBJETIVO GENERAL

El Programa de Difusión Turística es el instrumento mediante el cual, la Secretaría diseña anualmente, las estrategias, mecanismos y acciones de difusión a nivel estatal, nacional e internacional de los atractivos turísticos.

Las actividades de promoción y difusión que se realicen a través del Programa, deben estar encaminadas a dar a conocer en los mercados local, nacional e internacional, la oferta turística que se ofrece en los destinos ubicados en territorio del estado de Yucatán, por conducto de los diferentes medios de comunicación, como lo son prensa, radio, televisión, internet, redes sociales y demás que la secretaría considere pertinentes.

II OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1) Incrementar el valor agregado de las actividades turísticas.
- 2) Incrementar la afluencia de visitantes al Estado.
- 3) Aumentar la estadía de visitantes al Estado.
- 4) Incrementar la competitividad turística.

III ESTRATEGIAS

Estrategia 1. Estimular el crecimiento de los segmentos especiales del mercado turístico.

Líneas de acción:

- Posicionar a Yucatán como destino preferencial dentro de los segmentos de Turismo de Lujo, Turismo de Romance, Turismo de Reuniones y Turismo Vacacional, mediante acciones de promoción, comercialización y participación en eventos especializados.
- Promocionar la infraestructura hospitalaria y los servicios médicos profesionales del Estado, para posicionar al destino en turismo médico.

Estrategia 2. Promover el arribo de cruceros y nuevas rutas aéreas al Estado.

Líneas de acción:

- Aprovechar las instalaciones aeroportuarias para fomentar el turismo, utilizando esta infraestructura para mejorar la conectividad del Estado.
- Participar en eventos especializados y gestionar nuevas rutas ante las principales empresas navieras para mantener la difusión permanente de Puerto Progreso como destino de cruceros.

Estrategia 3. Implementar técnicas innovadoras de mercadotecnia dirigidas a la atracción de visitantes nacionales e internacionales.

Líneas de acción:

- Establecer un programa de promoción y comercialización turística para Yucatán.
- Fomentar actividades de atracción turística permanentes que coadyuven a la promoción del destino, como la semana de Yucatán en México, el Triatlón Yucatán, Rock & Roll Marathon, etc.
- Promover de manera permanente los eventos culturales y artísticos del Centro Histórico de Mérida y los principales municipios para ampliar la oferta turística existente.

Estrategia 4. Desarrollar campañas de promoción turística dirigidas a incentivar el turismo de reuniones y los segmentos especiales del mercado.

Líneas de acción:

- Incrementar la penetración y efectividad de las campañas de promoción turística del Estado en los mercados nacional e internacional.
- Mantener una estrategia de publicidad innovadora y con diferenciación de marca. Alineada a las estrategias nacionales implementadas por el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM)
- Incentivar la generación de productos turísticos para los segmentos especiales de mercado, a través de la promoción del turismo de reuniones, lujo, romance, gastronómico, cultural.

Estrategia 5. Fomentar la generación de negocios electrónicos entre los prestadores de servicios turísticos.

Líneas de acción:

- Posicionar el sitio web de Yucatan.travel para convertirlo en la principal plataforma de promoción digital del Estado.
- Implementar una estrategia permanente de promoción en redes sociales.

- Apoyar la generación de mercado para productos turísticos locales que aprovechen el creciente consumo a través de internet.

IV MECANISMOS DE VINCULACIÓN

La SEFOTUR, por medio de la Dirección de Promoción, ejecutará el programa a través de las siguientes funciones como prioridad:

1. Coordinar y conducir la participación en ferias, congresos, exposiciones y demás eventos que se celebren a nivel regional, nacional e internacional.
2. Promover y difundir atractivos, actividades, destinos y productos en coordinación con dependencias o entidades estatales y federales.
3. Se encarga de la ejecución y seguimiento de los planes de publicidad establecidos con el Consejo de Promoción Turística de México, mediante la implementación de convenios, reuniones de trabajo y seguimiento.
4. Crear y llevar a cabo el programa de mercadotecnia denominado Propuesta Integral de Ventas y Mercadotecnia, que promueve al estado de Yucatán con el consumidor nacional, internacional y la industria de viajes durante el año 2017.
5. Coordinación y atención de viajes de familiarización para medios de comunicación, prensa, radio, TV, filmaciones, agencias de viajes, aerolíneas, operadores turísticos, así como atención de invitados especiales para la promoción de diversos atractivos del Estado entre personas con capacidad de atracción de visitantes potenciales de procedencia nacional e internacional.
6. Se atiende la necesidad de diseño, producción y distribución de material promocional del estado de Yucatán, en ferias y eventos en los que participa la dependencia.

V CALENDARIO ANUAL DE ACTIVIDADES 2017

Ferias y eventos por participar 2017

MES	FECHA	EVENTO	LUGAR	ORGANIZADO
ENERO	18 AL 22	FITUR	MADRID, ESPAÑA	LEISURE
	27 AL 29	THE NEW YORK TIMES TRAVEL SHOW	NUEVA YORK	BUSSINES TRAVEL AGENCY
FEBRERO	14 AL 16	ROUTES AMERICAS	LAS VEGAS, NEVADA, E.U.A.	LÍNEAS AÉREAS
MARZO	1 AL 3	VITRINA TURÍSTICA ANANATO	BOGOTÁ, COLOMBIA	LEISURE
	8 AL 12	ITB	BERLÍN, ALEMANIA	LEISURE
	13 AL 16	SEATRADE CRUISE GLOBAL	FORT LAUDERDALE, E.U.A.	CRUCEROS
	27 AL 30	TIANGUIS TURÍSTICO DE MÉXICO	ACAPULCO, GRO.	LEISURE
JUNIO	3 Y 4	10° ENCUENTRO LATIN CARIBE CONVENTION & VISITORS BUREAUS	SANTIAGO, CHILE	CONGRESO Y CONVENCIONES
	5 AL 7	FIEXPO LATINO AMÉRICA	SANTIAGO, CHILE	CONGRESO Y CONVENCIONES
	16 AL 18	FOOD AND WINE	ASPEN, E.U.A.	GASTRONÓMICO
JULIO	5 AL 7	AMDEN	LEON, GUANAJUATO	CONGRESO Y CONVENCIONES
	10 AL 14	2017 ANUAL CONVENTION DMAI	MONTREAL, CANADA	CONGRESO Y CONVENCIONES
AGOSTO	3 AL 5	CNTR	GUADALAJARA, JALISCO	CONGRESO Y CONVENCIONES
	7 AL 10	VENUE CONNECT 2017	NASHVILLE, E.U.A.	CONGRESO Y CONVENCIONES
SEPTIEMBRE	6 AL 7	IBTM LATÍN AMÉRICA	CIUDAD DE MÉXICO	CONGRESOS Y CONVENCIONES
	18 AL 20	CONGRESO LATINO AMERICA DE BODAS Y EVENTOS ESPECIALES	CANCÚN	ROMANCE
	21 AL 24	JATA	TOKIO, JAPÓN	LEISURE
	25 AL 28	ILTM LUJO	RIVIERA MAYA	ROMANCE
	23 AL 27	WOLRD ROUTES	BARCELONA, ESPAÑA	CONGRESO Y CONVENCIONES
OCTUBRE	20 AL 22	SALÓN MUNDIAL DEL TURISMO SITV	MONTREAL, CANADÁ	LEISURE
	23 AL 27	FCCA 2017	MÉRIDA, YUCATÁN	CRUCEROS
NOVIEMBRE	6 AL 8	WTM	LONDRES, INGLATERRA	LEISUNRE
	28 AL 30	IBTM WORLD	BARCELONA, ESPAÑA	CONGRESOS Y CONVENCIONES

NOTA: La temporalidad y la programación de los eventos estará sujeta a cambios y modificaciones sin previo aviso, de acuerdo a los requerimientos y necesidades de esta Secretaría de Fomento Turístico.

Eventos ancla 2017

MES	FECHA	EVENTO	LUGAR	ORGANIZADO
FEBRERO	2 AL 5	TRIATLÓN MÉRIDA	MÉRIDA	TURISMO DEPORTIVO
FEBRERO	24 AL 26	2º. ENCUENTRO DE COCINERAS TRADICIONALES DE YUCATÁN	MÉRIDA	TURISMO GASTRONÓMICO
MAYO	22 AL 25	RALLY MAYA MÉXICO	YUCATÁN	TURISMO LUJO
JUNIO	19 AL 24	HOKOL VUH	YUCATÁN	TURISMO GASTRONÓMICO
JULIO	12 Y 13	ITU TRIATLÓN WORLD CUP	PROGRESO	TURISMO DEPORTIVO
OCTUBRE	MARCO DEL FICMAYA	FESTIVAL ARMANDO MANZANERO	MÉRIDA	TURISMO CULTURAL

NOTA: La temporalidad y la programación de los eventos estará sujeta a cambios y modificaciones sin previo aviso, de acuerdo a los requerimientos y necesidades de esta Secretaría de Fomento Turístico.

VI CAMPAÑA NACIONAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

Objetivo

1. Incrementar la afluencia y la estadía de visitantes al Estado.
2. Reforzar el posicionamiento de Yucatán como un multidestino que ofrece EXPERIENCIAS ÚNICAS.
3. Focalizar los esfuerzos publicitarios para impulsar los segmentos de mercado:
 - Cultural (arqueológico, gastronómico).
 - Naturaleza.
 - Lujo y romance.
 - Congresos y Convenciones.
 - Turismo médico.
 - Turismo deportivo.
 - Otros segmentos especiales.

Mercado Objetivo

Target

Hombre y Mujeres con NSE A, B, C+, C, D+

Plazas Meta

Para la campaña de promoción turística, se contemplan las siguientes plazas nacionales:

- Ciudad de México
- Guadalajara
- Monterrey
- Cancún
- Playa del Carmen

Temporalidad

Junio - Diciembre del 2017

Medios

La campaña nacional de promoción turística se ejecutará en medios como son:

- Revistas
- Prensa
- Espectaculares
- Video
- Publicidad digital
- Programas cooperativos
- Cineminutos
- Autobuses

Presupuesto

El presupuesto a ejercer para la campaña nacional de promoción turística, será de \$15, 000,000.00 IVA Incluido, procedente de recursos estatales del Fideicomiso de Promoción Turística del Estado de Yucatán

VII CAMPAÑA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA EN CONJUNTO CON EL CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO

OBJETIVO

1. Incrementar la afluencia y la estadía de visitantes al Estado.
2. Reforzar el posicionamiento de Yucatán como un multidestino que ofrece EXPERIENCIAS ÚNICAS.
3. Focalizar los esfuerzos publicitarios para impulsar los segmentos de mercado:
 - Cultural (arqueológico, gastronómico).
 - Naturaleza.
 - Lujo y romance.
 - Congresos y Convenciones.
 - Turismo médico.
 - Turismo deportivo.
 - Otros segmentos especiales.

PLAZAS META

Para la campaña de promoción turística, se contemplan las siguientes plazas:

- **INTERNACIONAL**
 - Estados Unidos de América
 - Canadá
 - Italia
- **NACIONAL**
 - Ciudad de México
 - Monterrey
 - Guadalajara

Medios

La campaña nacional de promoción turística se ejecutará en medios como son:

- Revistas
- Publicidad Digital
- Medallones camiones

Temporalidad

Julio - Diciembre del 2017

Presupuesto

El presupuesto a ejercer para la campaña de promoción turística, será de \$14, 240,000.00 IVA Incluido, procedentes de recursos federales del Consejo de Promoción Turística de México

VIII LINEAMIENTOS DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

Para garantizar la correcta ejecución y conocer el avance de los objetivos, el presente programa será evaluado mediante los indicadores establecidos (cuya síntesis se presenta en el cuadro), lo cual permitirá conocer el impacto y los resultados de las actividades realizadas en cada uno de los ámbitos de intervención que han sido identificados.

TEMA ESTRATÉGICO	OBJETIVO	INDICADOR	FÓRMULA	LÍNEA BASE	META 2015	META 2018
Turismo	Incrementar el número de establecimientos de servicios turísticos en el Estado	Variación en el número de establecimientos de servicios turísticos incorporados a la oferta estatal	$A = ((B - C) / C) * 100$	1,909 Establecimientos (2012)	7.35 %	12.60 %
	Incrementar la llegada de visitantes nacionales e internacionales con pernocta al Estado	Variación porcentual de la llegada de visitantes nacionales con pernocta al Estado	$A = ((B - C) / C) * 100$	970,663 Personas (2012)	6 %	12 %
		Variación porcentual de la llegada de visitantes internacionales con pernocta al Estado	$A = ((B - C) / C) * 100$	277,587 Personas (2012)	16 %	28 %

NOTA: Indicadores establecidos en el Programa Sectorial de Desarrollo Económico y Fomento al Empleo 2013 - 2018