

DIRECCIÓN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

PROGRAMA DE DIFUSIÓN TURÍSTICA 2016

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 para turismo Premium y turismo de romance, mediante acciones de promoción, comercialización y participación en eventos especializados.
- Estimular el turismo de segunda residencia en Yucatán, mediante la identificación de ventajas comparativas que permitan implementar acciones de promoción dirigidas a mercado objetivo.
- 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, la Feria Turística del Mundo Maya y el Festival Internacional de la Cultura Maya.
- 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, médico, premium, romance, cultural, gastronómico y de segunda residencia.

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

Líneas de acción:

- Renovar 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 2016.
- 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 2016

A) EVENTOS ANCLA 2016

MES	FECHA	EVENTO	LUGAR
Enero	30 Al 31	Triatlón Mérida 2016	Progreso, Yucatán Mérida, Yucatán
Mayo	13 Al 22	Rally Maya México 2016	Yucatán
Octubre	29-Oct	Rock And Roll 1/2 Marathon Mérida 2016	Mérida, Yucatán
Octubre	Pendiente	Premio Armando Manzanero 2016	Mérida, Yucatán
Noviembre	Pendiente	Festival Gastronómico Kobén	Mérida, Yucatán

B) FERIAS Y EVENTOS 2016

MES	FECHA	EVENTO	LUGAR	ORGANIZADO
Enero	20 Al 24	Fitur	Madrid, España	CPTM México
Febrero	11 Al 13	Bit	Milán, Italia	CPTM México
	24 Al 26	Blitz Agentes de Viajes en Toronto	Toronto, Canadá	Sefotur
	24 Al 26	Vitrina Turística Anato	Bogotá, Colombia	Sefotur
Marzo	1 Al 3	Blitz , Presentación y activación del vuelo American Airlines	Dallas	Sefotur
	9 Al 13	ITB	Berlín, Alemania	CPTM México
	14 Al 17	Cruise shipping Miami	Miami, E.U.A.	CPTM México
	20 Al 24	Home Based Travel Agent Forum	Las Vegas, E.U.A.	Travel Show
Abril	11 Al 15	Eventos de Promoción de American Airlines	San Francisco y Los Ángeles, E.U.A.	Sefotur American Airlines
	25 Al 28	Tianguis Turístico de México	Guadalajara, México	Sefotur
Mayo	16 Al 19	West Jet Travel Trade Expos	Montreal, Missisogua y Toronto	Sefotur/West Jet
Junio	17 Al 19	Food And Wine Classic (Aspen)	Aspen, E.U.A.	Food and Wine
	22 Al 23	Aeromar	Villahermosa	Sefotur/Aeromar
	28 Al 30	Seminarios Work Shop 2016	Lyon, Marsella y Paris	CPTM Francia

Septiembre	7 AL 8	IBTM Latino América	México, D.F.	Sefotur / IBTM
	19 AL 23	Caravana Tradicional Yucatán	Gdl – Mty – Méx	Sefotur Yucatán
	22 AL 25	Jata	Tokio, Japón	CPTM México
	26 AL 30	Florida – Caribbean Cruise Association 2016	San Juan, Puerto Rico	FCCA
Octubre	13 AL 15	TTG Rímini	Rímini, Italia	CPTM México
	21 AL 23	Sitv	Montreal, Canadá	CPTM México
Noviembre	7 AL 9	Wtm	Londres, Inglaterra	CPTM México

C) CAMPAÑAS COOPERATIVAS ADICIONALES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA 2016

CAMPAÑA	VERSIÓN	MEDIO	PERIODO
<p><u>Blue Panorama</u></p> <p>Promoción de la ruta internacional del vuelo Milán - Mérida, con la aerolínea italiana Blue Panorama.</p>	<p><i>Ver 1. "Italia a tu alcance"</i></p>	<p>Prensa (Local y Nacional)</p> <p>Digital</p> <p>Revistas</p>	<p>ENERO – JULIO</p>
<p><u>Toronto West Jet</u></p> <p>Promoción realizada para la ruta internacional Toronto - Mérida, con la aerolínea West Jet.</p>	<p><i>Ver 1. "Canadá está más cerca que nunca"</i></p>	<p>Prensa (Local y Nacional)</p> <p>Digital</p> <p>Revistas</p>	<p>ENERO - JULIO</p>

VI 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