



GACETA DEL GOBIERNO



ESTADO DE MÉXICO

Periódico Oficial del Gobierno del Estado Libre y Soberano de México
REGISTRO DGC NUM. 001 1021 CARACTERISTICAS 113282801
Director: Lic. Aarón Navas Alvarez

Mariano Matamoros Sur No. 308 C.P. 50130
Tomo CC A:202/3/001/02
Número de ejemplares impresos: 400

Toluca de Lerdo, Méx., miércoles 2 de septiembre de 2015
No. 46

SUMARIO:

PODER EJECUTIVO DEL ESTADO

ACUERDO DEL EJECUTIVO DEL ESTADO POR EL QUE SE CREA EL
"PROGRAMA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN TURÍSTICA
COOPERATIVA DEL ESTADO DE MÉXICO".

"2015. Año del Bicentenario Luctuoso de José María Morelos y Pavón"

SECCION TERCERA

PODER EJECUTIVO DEL ESTADO



GOBIERNO DEL
ESTADO DE MÉXICO



GENTE QUE TRABAJA Y LOGRA
EN GRANDE

DOCTOR ERUVIEL ÁVILA VILLEGAS, GOBERNADOR CONSTITUCIONAL DEL ESTADO DE MÉXICO, EN EJERCICIO DE LAS FACULTADES QUE ME CONFIERE EL ARTÍCULO 77, FRACCIONES II, XXVIII, XXXVIII Y XLVII DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE MÉXICO, CON FUNDAMENTO EN LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 2 Y 8 DE LA LEY ORGÁNICA DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DEL ESTADO DE MÉXICO, Y

CONSIDERANDO

Que el Plan de Desarrollo del Estado de México 2011-2017 establece tres grandes pilares, Gobierno Solidario, Estado Progresista y Sociedad Protegida, que se encuentran vinculados a los ejes transversales relativos al Gobierno Municipalista, Gestión de Resultados y Financiamiento para el Desarrollo, los cuales son sustento de la Administración Pública que me honro en encabezar y consigna los objetivos, estrategias y líneas de acción, para atender las legítimas demandas de la sociedad.

Que el Plan de mérito, en el Pilar 1 denominado "Gobierno Solidario" considera como un factor importante promover actividades de turismo alternativo en las zonas rurales de la Entidad, así como la derrama económica del turismo que beneficie a pequeñas empresas, grupos sociales y artesanos.

Que el Pilar 2 intitulado "Estado Progresista" prevé que existen sectores en el Estado de México con potencial de crecimiento en su productividad, teniendo relevancia al generar empleos y promover derramas económicas en zonas alejadas de los grandes centros productivos y que para cumplir con este objetivo se diseñó como estrategia posicionar al Estado de México como uno de los principales destinos turísticos sin costa del país.

Que el turismo es una opción de negocio, trabajo y forma de vida para el mejoramiento y consolidación de la infraestructura social y económica de la sociedad mexiquense.

Que para fomentar la comercialización local, nacional e internacional de los destinos y productos turísticos mexiquenses es necesario generar alianzas comerciales con los principales consolidadores de agencias de viajes, tour operadores mayoristas, *holdings*, líneas de transporte, Sistema de Agencias Turísticas del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado, Consejo de Promoción Turística de México y cualquier otro cuyo objeto sea comercializar dichos destinos y productos turísticos en todo tipo de plataforma comercial.

Que para comercializar los principales destinos y productos turísticos del Estado de México es necesario apoyar su consolidación a través de la promoción en medios de comunicación masivos y especializados en los temas inherentes al turismo.

Que el 6 de mayo de 2014 se publicó en el periódico oficial "Gaceta del Gobierno" el Acuerdo mediante el cual el Secretario de Finanzas da a conocer las Reglas de Operación de Acciones para el Desarrollo, con el objeto de establecer las disposiciones normativas por las cuales se deberán regir los recursos del Programa de Acciones para el Desarrollo autorizados a los diferentes sectores del Gobierno del Estado de México.

Que la Secretaría de Turismo es la dependencia encargada de regular, promover y fomentar el desarrollo turístico y artesanal del Estado y dentro de sus atribuciones está organizar, promover y coordinar las actividades necesarias para lograr un mejor aprovechamiento de los recursos turísticos.

Que resulta necesario crear el "Programa de Publicidad y Promoción Turística Cooperativa del Estado de México", con el fin de propiciar el aumento de la comercialización de los destinos y productos para difundir, promover e impulsar el turismo de la Entidad. En estricta observancia a los artículos 80 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México y 7 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de México, este instrumento se encuentra debidamente refrendado por el Secretario General del Gobierno del Estado de México, José S. Manzur Quiroga.

Por lo anteriormente expuesto, he tenido a bien expedir el siguiente:

ACUERDO DEL EJECUTIVO DEL ESTADO POR EL QUE SE CREA EL "PROGRAMA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN TURÍSTICA COOPERATIVA DEL ESTADO DE MÉXICO"

CAPÍTULO PRIMERO DE LAS DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. Se crea el "Programa de Publicidad y Promoción Turística Cooperativa del Estado de México", cuyo por objeto es incrementar la comercialización de destinos, productos y servicios turísticos del territorio mexiquense, a través de la promoción y difusión en medios masivos de comunicación, en colaboración con los principales consolidadores de agencias de viajes, tour operadores mayoristas, *holdings*, líneas de transporte, Sistema de Agencias Turísticas del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado, Consejo de Promoción Turística de México y cualquier otro, cuyo fin sea comercializar dichos destinos y productos turísticos en todo tipo de plataforma comercial.

Artículo 2. Para efectos del Programa de Publicidad y Promoción Turística Cooperativa del Estado de México, se entiende por:

I. Convenios, a los Convenios de Coordinación celebrados entre la Secretaría de Turismo con uno o más socios comerciales y/o con un medio de comunicación masiva y especializado, con el objeto de operar el "Programa de Publicidad y Promoción Turística Cooperativa del Estado de México".

II. CPTM, al Consejo de Promoción Turística de México.

III. Estado, al Estado de México.

IV. Medios de comunicación masivos y especializados, a las empresas dedicadas exclusivamente a la promoción, difusión y/o publicidad turística que participen en el programa.

V. Plan de medios, al proyecto de distribución de mensajes publicitarios en los medios de comunicación masivos y especializados, propuestos y aprobados por los socios comerciales y/o medios de comunicación masiva y especializados y/o por la Secretaría de Turismo.

VI. Programa, al "Programa de Publicidad y Promoción Turística Cooperativa del Estado de México".

VII. Reglas de Operación del Programa de Acciones para el Desarrollo, a las disposiciones normativas que regirán los recursos del Programa de Acciones para el Desarrollo autorizados a los diferentes sectores del Gobierno del Estado de México.

VIII. Promocional, a todo documento o soporte que contenga publicidad sobre un destino o producto turístico, tales como cromos, spots, videos, audios, slogans, elementos digitales y otros.

IX. Secretaría, a la Secretaría de Turismo.

X. Socios comerciales, a los principales consolidadores de agencias de viajes, tour operadores mayoristas, *holdings*, líneas de transporte, Sistema de Agencias Turísticas del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado, Consejo de Promoción Turística de México y cualquier otro con canales de venta *B2B* (negocios para negocios) y/o *B2C* (negocios para el consumidor) importantes, que compartan una estrategia de promoción y publicidad turística con los destinos del Estado de México y sus productos.

XI. Testigos, a todo el material promocional en medio impreso, visual, de audio, audiovisual, o digital, que contenga la publicidad objeto de los convenios de coordinación y que deberá entregarse como comprobación de la inversión acordada de cada una de las partes en los mismos.

XII. TURISSSTE, al Sistema de Agencias Turísticas del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado.

Artículo 3. Corresponde a la Secretaría la aplicación del presente Programa.

CAPÍTULO SEGUNDO DE LOS RECURSOS FINANCIEROS

Artículo 4. Los recursos financieros del Programa serán otorgados anualmente por la Secretaría de Finanzas.

La Secretaría acreditará anualmente el monto de los recursos financieros autorizados a través del otorgamiento de los convenios y/o esquemas de coordinación bilateral o institucional.

Artículo 5. Los recursos se ejercerán de acuerdo con las Reglas de Operación del Programa de Acciones para el Desarrollo y estarán sujetos a la disponibilidad presupuestal.

**CAPÍTULO TERCERO
DE LOS ESQUEMAS DE COORDINACIÓN**

Artículo 6. El Programa podrá operar bajo dos esquemas de coordinación, que son los siguientes:

I. Bilateral: Es el esquema bajo el cual se celebra un Convenio.

La Secretaría y el socio comercial harán una aportación del 50% cada uno del valor total del Convenio.

El socio comercial realizará publicidad en medios propios o externos por un monto equivalente al 50% del valor total del Convenio y la Secretaría aplicará el monto restante en los medios de comunicación masivos y especializados que determine.

II. Institucional: Es el esquema en el cual, la Secretaría celebra un Convenio con uno o varios medios de comunicación masivos y especializados, a fin de promocionar y publicitar en estos, los destinos del Estado y sus productos turísticos.

En los dos esquemas, toda la publicidad y promoción que se realice será autorizada por la Secretaría y contendrá los logotipos de promoción turística de la Secretaría, de los avisos comerciales del socio comercial y, en su caso, el que autorice el CPTM de acuerdo a las reglas que en sus manuales de operación y lineamientos para la participación en los programas vigentes en la fecha de celebración del Convenio respectivo.

Artículo 7. En atención al objeto del programa, el material y la inversión realizada en los convenios, podrán ser utilizados para participar en los programas cooperativos del CPTM.

**CAPÍTULO CUARTO
DE LA COBERTURA Y BENEFICIARIOS**

Artículo 8. El Programa estará dirigido a socios comerciales y a medios de comunicación masivos y especializados.

Artículo 9. Serán beneficiarios de este Programa los destinos turísticos del Estado determinados por la Secretaría que conforman la oferta turística del mismo, así como los productos turísticos, artesanales y gastronómicos.

**CAPÍTULO QUINTO
DE LOS REQUISITOS**

Artículo 10. En el Programa participarán empresas, entidades de gobierno o particulares como socio comercial y/o como medio de comunicación masiva especializado, cumpliendo con los requisitos que se establezcan para tal efecto.

Artículo 11. Las empresas que deseen formar parte del Programa como socio comercial deberán cumplir con los requisitos siguientes:

I. Estar registrado como contribuyente en el Servicio de Administración Tributaria.

II. Que el objeto social sea la promoción, comercialización y/o publicidad turística.

III. Proponer un plan de medios, que contenga el nombre de los medios de comunicación masivos y especializados, la plataforma comercial utilizada, el alcance territorial, la temporalidad y frecuencia con que se realizará la difusión, promoción y/o publicidad.

IV. Presentar una ficha técnica que contenga la experiencia del socio en el área de promoción, publicidad y comercialización de productos turísticos, la cartera de clientes que maneja, las expectativas de incremento de venta que tiene y, en su caso, el porcentaje de crecimiento en venta de productos y servicios turísticos en el Estado, en el año inmediato anterior, el número de agencias afiliadas, pasajeros transportados, reservaciones efectuadas, clientes atendidos y el número de noches/cuarto vendidos de hoteles en el Estado en su caso.

V. Suscribir y garantizar el cumplimiento del Convenio en términos de las Reglas de Operación del Programa de Acciones para el Desarrollo o su equivalente.

Artículo 12. Las empresas que deseen formar parte del Programa, como medio de comunicación masivo deberán cumplir con los requisitos siguientes:

I. Estar registrado como contribuyente en el Servicio de Administración Tributaria.

II. Tener amplia cobertura a nivel nacional y/o internacional, ya sea a través de medios impresos, sonoros, visuales, audio-visuales o digitales.

III. Presentar una ficha técnica en la que contenga la cobertura, que tiene la descripción de los medios que maneja, ya sea visuales, impresos, sonoros, audiovisuales y/o digitales y la experiencia en el ramo.

IV. Garantizar el cumplimiento del Convenio en términos las Reglas de Operación del Programa de Acciones para el Desarrollo o su equivalente.

**CAPÍTULO SEXTO
DE LOS CRITERIOS DE SELECCIÓN**

Artículo 13. La Secretaría, de acuerdo al recurso autorizado para el Programa determinará a los socios comerciales y medios de comunicación masivos y especializados con los cuales celebrará los convenios, considerando, entre otros, los criterios siguientes:

I. El contenido de la ficha técnica.

II. El plan de medios.

III. La diversidad de su plataforma de venta, tales como: centros de contacto, presenciales, portales de internet, redes sociales .com, .com.mx, u otros.

- IV. La existencia de promoción turística similar a la propuesta, con el objeto de diversificar los medios de promoción turística.
 - V. La aportación económica o en especie realizada por el socio comercial.
 - VI. El importe del recurso autorizado para el Programa.
 - VII. Las necesidades publicitarias de la Secretaría de acuerdo con los destinos turísticos del Estado que se determine promocionar.
- Artículo 14.** Los socios comerciales y medios de comunicación masivos y especializados, que celebren convenios serán publicados en el periódico oficial "Gaceta del Gobierno".

CAPÍTULO SÉPTIMO DEL CUMPLIMIENTO DE LOS CONVENIOS

Artículo 15. Para la realización del Programa se suscribirán convenios de acuerdo con la naturaleza de la comercialización, promoción y difusión turística pretendida, que contendrán como mínimo lo siguiente:

- I. El incremento en la comercialización de los destinos del Estado y sus productos turísticos, como objeto del Convenio.
- II. El monto total del Convenio, desglosando la aportación económica de la Secretaría y la aportación económica o en especie del socio comercial.
- III. El plan de medios detallado.
- IV. La descripción de los comprobantes entregables del promocional, indicando el número de ejemplares, minutas, espacios, impresiones, espectaculares y otros a realizarse como parte de la comercialización y promoción turística, así como la fecha y hora, en caso que se efectúen.
- V. La facultad de la Secretaría para autorizar previa a su publicación toda la creatividad incluida en los planes de medios.
- VI. Las obligaciones del socio comercial y/o medio de comunicación masivo y especializado.

Artículo 16. Los socios comerciales tendrán las obligaciones siguientes:

- I. Presentar el informe de cumplimiento al Convenio, a través de una carpeta de testigos.
- II. Obtener de la Secretaría la validación de todo el material creativo previsto en los planes de medios.
- III. Solicitar a la Secretaría la información de destinos, fotografías, contenidos y demás documentos necesarios para la comercialización y promoción turística convenida.
- IV. Informar a la Secretaría respecto del material seleccionado para formar parte de la promoción convenida.
- V. Entregar a la Secretaría en cuatro tantos la carpeta de testigos que sea ha generado con motivo de la celebración de los convenios respectivos, de la promoción turística realizada, sea cual fuere la naturaleza del contenido y del formato de presentación, la bitácora de emisión o realización y tratándose de audio y/o visuales, adicionalmente al video o cinta la transcripción del contenido.

T R A N S I T O R I O S

PRIMERO. Publíquese el presente Acuerdo en el Periódico Oficial "Gaceta del Gobierno".

SEGUNDO. El presente Acuerdo entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Periódico Oficial "Gaceta del Gobierno".

TERCERO. Lo no previsto en las Reglas de Operación será resuelto por la Secretaría.

CUARTO. Se derogan las disposiciones de igual o menor jerarquía que se opongan a lo establecido en el presente Acuerdo.

Dado en el Palacio del Poder Ejecutivo, en la ciudad de Toluca de Lerdo, capital del Estado de México, a los dos días del mes de septiembre de dos mil quince.

**GOBERNADOR CONSTITUCIONAL
DEL ESTADO DE MÉXICO**

**DR. ERUVIEL ÁVILA VILLEGAS
(RÚBRICA).**

SECRETARIO GENERAL DE GOBIERNO

**JOSÉ S. MANZUR QUIROGA
(RÚBRICA).**