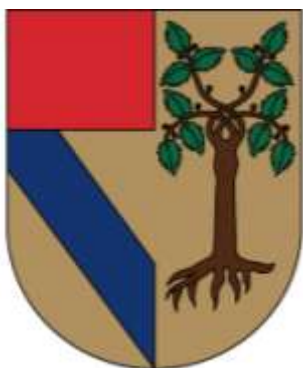




UNIVERSIDAD PANAMERICANA

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
ESTUDIOS INCORPORADOS A LA SEP
REGISTRO DE VALIDEZ OFICIAL REVOE 974028

COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA BOLSA MEXICANA DE INVERSIÓN INMOBILIARIA Y TURÍSTICA 2007

C A S O
PARA OBTENER EL GRADO DE :
MAESTRO EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
P R E S E N T A :
LIC. MARTÍN EMILIO LARRUZ ALEJOS

ASESOR: MTRO. GERARDO ROBERTO HERRERA VILLANUEVA

MÉXICO, D.F.

2010

Índice

Introducción	2
Antecedentes	3
Bolsa Mexicana de Inversión Inmobiliaria y Turística 2007	4
Programa general de la BMIIT 2007	5
Organización de la BMIIT 2007	6
Comunicación con los clientes	9
Resultados	11
Soluciones	12
Conclusiones	17
Bibliografía.....	18
ANEXO 1: EJEMPLO DE TRÍPTICO	19
ANEXO 2: EJEMPLO DE DIPLOMA.....	25
ANEXO 3: BROCHURE	26
ANEXO 4: PÁGINA DE INTERNET DE BMIIT 2007 CON PATROCINADORES.....	32
ANEXO 5: DESPLEGADOS DE PRENSA.....	33
ANEXO 6: LAYOUT	38

Introducción

Hacer una Expo de corte internacional no es fácil, tomando en cuenta que existen muchas variables que se tienen que tomar en cuenta para que todo resulte de acuerdo a lo planeado. Para esto es necesario que exista una buena comunicación entre colaboradores y hacia el público objetivo, desde la convocatoria, pasando por las invitaciones correspondientes y los temas a tratar, para que el encuentro sucediera de una manera en la que se hable el mismo idioma en cuanto a tópicos se refiere. La falta de estrategias de comunicación claras para llegar al público objetivo, fue el principal obstáculo para que la Bolsa Mexicana de Inversión Inmobiliaria y Turística 2007 (BMIIT 2007) tuviera la difusión que se esperaba, ya que a pesar de los esfuerzos realizados, no se tenía una base de datos clara ni una relación sólida con los medios especializados en el tema turístico, que hubieran sido de gran ayuda.

La BMIIT 2007, fue la plataforma para que el sector turístico tuviera un punto de encuentro para empresarios interesados en el desarrollo del turismo y estos a su vez, pudieran actualizarse en las tendencias del mercado mexicano y poder tener un punto de comparación o casos de éxito en el extranjero, por lo que fue necesario trabajar con CosmoVisual quien desarrollaría las estrategias adecuadas de comunicación, desde la página de Internet, desarrollada específicamente para el evento, hasta el trato personal con los invitados y, por supuesto, con quienes ya habían tenido un acercamiento con FONATUR (Fondo Nacional de Fomento al Turismo)¹ en el pasado. Por otra parte, fue contratado Burba Hotel Network (BHN) que hacía las veces de agencia de relaciones públicas para el público en el extranjero.

Para que la Expo mantuviera el interés del público existían espacios delimitados dentro de la Expo, diseñados específicamente para que el intercambio de información fuera ágil y dinámico, como: conoce el proyecto, conoce al inversionista, la exposición comercial con los stands, las conferencias y el programa de contacto de negocios, todos ellos realizados bajo la tutela de CosmoVisual, con el apoyo de FONATUR.

¹ http://www.fonatur.gob.mx/es/index_quienes_somos.asp/diciembre_2009

La información se actualizada constantemente en la página de Internet para que el público fuera testigo de los avances conforme se acercaba la fecha de la Expo, aunado a esto se desarrollaron materiales impresos que también eran actualizados constantemente, tanto folletos como publicidad en revistas especializadas del ramo turístico para que la información llegara, en la medida de lo posible, a la gente dentro del medio, para lo cual, también fueron contactados medios nacionales e internacionales con la intención de que durante el evento se tuviera una cobertura amplia de los temas a tratar.

La comunicación externa que se debió dar de manera fluida y precisa debía tener fundamento en la comunicación interna de todas las partes involucradas para que cumpliera el cometido no sólo de arrojar datos y estadísticas sino que tuviera un fondo y una forma que resultara interesante para el público objetivo.

Antecedentes

FONATUR llevó a cabo la BMIIT 2007, una Expo en la que en sus inicios se daba cabida únicamente al sector turístico y que en ésta ocasión ofrecía como principal atractivo la anexión del sector inmobiliario, que su vez era importante para la posible realización de un proyecto. Por lo que fue imperativo conocer la nueva administración de FONATUR ya que hubo una reestructuración en los niveles altos de la empresa que empezó por el Ing. Miguel Gómez-Mont, Director General, quién sustituía a John McCarthy, quien ya tenía cierta experiencia realizando esta Expo sólo para el sector turístico.

La BMIIT 2007 era la séptima edición del evento y con anterioridad había contribuido de manera sustancial a la capitalización del sector turístico, lo cual había sido uno de los más grandes desafíos que presentaba esta industria.

En la edición de 2007, la tarea consistía en reunir bajo un mismo techo no sólo a los inversionistas interesados en el medio turístico, sino también a todos aquellos involucrados en el medio inmobiliario que tuvieran alguna relación con el turismo en México, ya que se pretendía

que también existiera una interacción entre quien tiene proyectos y quien tiene el capital para construir y viceversa, siendo FONATUR el intermediario.

Bolsa Mexicana de Inversión Inmobiliaria y Turística 2007

La invitación a la Expo se hizo por medio de una convocatoria en Internet a través de la página web de FONATUR así como en forma de tríptico que fue enviado físicamente a los clientes de FONATUR.

(ANEXO 1: EJEMPLO DE TRÍPTICO)

La BMIIT 2007 tuvo por objeto la generación de inversiones fomentando el financiamiento de la actividad turística e inmobiliaria en México al crear un espacio de encuentro entre los empresarios de nuestro país y las diversas fuentes de financiamiento existentes en el mercado, facilitando la comunicación al poner en contacto tanto a promotores de proyectos de inversión como desarrolladores, operadores y proveedores de servicios, con inversionistas y fondeadores de recursos, creó alianzas estratégicas y dio a conocer nuevos nichos de mercado, la idea era intercambiar puntos de vista con expertos en turismo y ofrecer una perspectiva de primera mano y un conocimiento directo sobre las tendencias del sector turístico en el ámbito global.

El evento se llevó a cabo del 7 al 10 de noviembre de 2007. El miércoles 7 y jueves 8, se realizaron conferencias sobre temas de la industria turística e inmobiliaria, así como las tradicionales sesiones de trabajo “Conoce el Proyecto” y “Conoce al Inversionista”, donde se exponían de manera clara y detallada los proyectos inmobiliarios que tenía FONATUR.

El viernes 9 y sábado 10 de noviembre, el área de exposición estuvo abierta al público en general, es decir, sólo estuvieron abiertos los stands de las diferentes empresas inmobiliarias, Bancos, despachos de Arquitectos, desarrolladores, hoteles y aquellos que representaban a los diferentes Estados de la República cuyo objetivo era la difusión de las atracciones turísticas características de cada entidad.

Programa general de la BMIIT 2007

La BMIIT se desarrolló bajo 5 grandes capítulos:

- Sesión de trabajo “Conoce el Proyecto”:
Donde el inversionista tuvo la oportunidad de conocer nuevas y rentables áreas de oportunidad, bajo el entorno de negocios que México ofrece a través de los proyectos que participaron.
- Sesión de trabajo “Conoce al Inversionista”:
Que permitió al empresario conocer a diversos fondeadores institucionales de crédito e intermediarios financieros, así como potenciales socios con quienes desarrollar su negocio.
- Exposición comercial:
Que brindó a los participantes la posibilidad de promover sus productos, servicios financieros y turísticos de manera directa a los clientes potenciales.
- Conferencias:
Expertos y destacadas personalidades de México y el mundo mostraron las tendencias de la industria turística y su gran gama de escenarios de oportunidades de inversión.
- Programa de “Contactos de Negocio”:
En donde los participantes pudieron establecer contactos de negocio de su interés, al tener la posibilidad de concretar entrevistas individuales durante el evento con inversionistas, desarrolladores, consultores y otras personalidades.

Al finalizar la Expo se dio un diploma a manera de reconocimiento por la participación en la BMIIT 2007 a los expositores.

(ANEXO 2: EJEMPLO DE DIPLOMA)

Organización de la BMIIT 2007

La organización del evento le fue dada a CosmoVisual, cuyos representantes para este evento fueron la Lic. María Teresa Gómez y el Lic. Juan José García.

CosmoVisual es una agencia de Comunicación Integral con más de 25 años en el mercado, cuyo modelo de trabajo es dar un servicio integral, creatividad aplicada a la realización de eventos, convenciones, eventos deportivos, producción de comerciales y programas de televisión, videos corporativos, multimedia, audio, diseño, impresión y actividades promocionales, asesorando a los clientes desde la identificación de sus necesidades de comunicación, hasta la implementación de las actividades y programas que las satisfagan.

El trabajo comenzó en el mes de abril de 2007 y se tenía el objetivo de contactar a todas las empresas que ya habían participado en las seis ediciones anteriores de la Expo, por lo que FONATUR entregó a CosmoVisual, bajo la más estricta confidencialidad, cerca de 9000 contactos, entre los que se encontraban tanto asistentes como panelistas y expositores que en algún momento habían tenido un stand en alguna edición anterior de la Expo.

El primer paso para lograr contactar al mayor número posible, fue contratar a una agencia dedicada a proveer personal con un contrato por tiempo limitado para que operara el call center llamada *SIMSA Soluciones Integrales de Mercadeo*, por parte de CosmoVisual. Se contrataron a cuatro personas, dentro de sus funciones estaba: realizar las llamadas correspondientes a la base de datos y poder, en caso de ser necesario, actualizar los datos para poder enviarles una invitación formal e información a manera de *brochure o save the date*, que se iría actualizando conforme a los avances y la cercanía del evento.

(ANEXO 3: BROCHURE)

Dentro de las actividades del call center también estaba el explicar a los participantes de años anteriores los cambios en el formato de la Expo y el cambio de sede (en años anteriores se había realizado en el Hotel Camino Real, Polanco), además de reunir una nueva lista de contactos que involucrara a la parte inmobiliaria, ya que sin bien la invitación formal la hacía FONATUR, la organización estaba a cargo de CosmoVisual, una empresa desconocida para muchos en el ramo turístico e inmobiliario que generaba, en un principio, cierta desconfianza.

Después se envió material promocional a todos los contactos adquiridos, donde se incluían los costos y beneficios de participar en la BMIIT 2007 y por supuesto, los costos de patrocinadores, siendo la Expo un evento autofinanciable, se debían obtener recursos de ellos.

Los patrocinadores estaban subdivididos en categorías:

- MASTER BLACK
- DIAMANTE
- PLATINO
- ORO
- PLATA

(ANEXO 4: PÁGINA DE INTERNET DE BMIIT 2007 CON PATROCINADORES)

Cada uno de ellos con beneficios diferentes al otro, siendo Master Black el patrocinador oficial de la BMIIT 2007 junto con FONATUR.

También se hicieron convenios con revistas del ámbito turístico e inmobiliario para dar una amplia gama de difusión ya que serían ellos quienes se encargarían de comunicar todos los acontecimientos que sucedieran en la Expo; el Director Adjunto de Mercadotecnia de FONATUR, Lic. Pedro Castelán, estuvo a cargo de concretar dichos convenios, y a pesar de que se tenía contacto directo con las revistas, en cuanto a creatividad y diseño por parte de CosmoVisual, todo material promocional debía ser aprobado por él, y en ocasiones el tiempo de

respuesta era muy lento, lo que hacía que algunas publicaciones se perdieran por tener el cierre de edición muy cerca y por no tener el material aprobado a tiempo.

La parte de relación con medios, periodistas, entrevistas exclusivas y desplegados en periódicos, en donde se hiciera alusión directa al Ing. Miguel Gómez Mont, estaba a cargo del área de comunicación de FONATUR, en cuya cabeza se encontraba la Lic. Sonia Figueroa.

(ANEXO 5: DESPLEGADOS DE PRENSA)

Por otro lado, para que la BMIIT tuviera una proyección internacional, FONATUR había trabajado en años anteriores con una agencia dedicada a promover y ayudar a hoteleros y empresarios del ramo turístico a tener un espacio en donde podían estar informados sobre congresos, exposiciones, conferencias, etc.

BURBA HOTEL NETWORK (BHN), es el nombre de la empresa norteamericana encargada de dicha tarea, que de acuerdo a su página de Internet²:

"...the gateway to global hospitality investment opportunities."

BHN brings together more than two decades of experience developing and organizing the world's most prominent gatherings of the hotel and tourism investment community....., the investment community has come together to network, conduct business and learn about the latest trends.

BHN es una empresa que ya tenía mucha experiencia al reunir a todo aquel interesado en el sector turístico y por ende la plataforma perfecta para publicitar la BMIIT 2007 al mercado internacional.

² http://www.burba.com/abril_2009

Los contactos con los que trabajó, tanto FONATUR como CosmoVisual, eran Jonathon Zink, que hacía las veces de asesor y Jim Burba, presidente de BHN quien tenía un contacto más directo con el Lic. Joaquín Velázquez, Director de Finanzas de FONATUR.

Comunicación con los clientes

En un principio la BMIIT se realizaría del 26 al 29 de septiembre de 2007 ya que el 27 del mismo mes se celebró el Día Internacional del Turismo, suceso que terminaría por enmarcar al evento como el más importante de su ramo coronado con la asistencia del Presidente Felipe Calderón Hinojosa.

El cambio de fecha que se suscitó después (del 7 al 10 de noviembre de 2007) debido a la apretada agenda del Presidente Calderón, generó desconfianza y la pérdida de varios clientes potenciales, que a pesar de ser avisados con varios meses de anticipación derivó en que tuvieran que cancelar otros compromisos ya previstos. Pero, por otro lado, abrió la posibilidad de contactar a nuevos clientes que con el cambio de fecha pudieron participar.

Pero por otra parte, FONATUR centraba sus esfuerzos en contactar a las Secretarías de Turismo de los estados de la República Mexicana sin preocuparse por presentar a CosmoVisual como la agencia que haría el seguimiento, lo que retrasaba mucho el poder hacer el contacto directo por parte de esta empresa con el “cliente final”.

Una vez realizado el contacto y el haber logrado la “confianza del cliente” se asignaba un stand, ya que en la Expo era de suma importancia que cada Secretaría tuviera representación activa durante el evento y de esta manera se pudiera generar turismo para nacionales y extranjeros.

Los expositores contactados recibían un layout, es decir, un plano en donde se especificaban los espacios, ubicación, las medidas del área en cuestión, y por supuesto, las áreas designadas para las conferencias.

(ANEXO 6: LAYOUT)

Tanto a los asistentes nacionales como a los extranjeros, se les hizo llegar una lista de los hoteles más cercanos a la sede así como las tarifas preferenciales que tendrían al ser asistentes al evento. Para esto, se hicieron convenios con los hoteles para que las tarifas fueran accesibles, ésta lista también aparecía en la página de Internet de la BMIIT 2007.

BHN se encargaba en algunos casos de hacer las traducciones pertinentes para que su cartera de clientes tuviera toda la información necesaria, en otras ocasiones funcionaba como enlace entre CosmoVisual y ellos; en este punto es importante señalar que en ocasiones la información no llegaba a tiempo a los clientes ya que BHN pretendía hacer cambios en cuanto al diseño del *save the date*, cuestión que no permitía por un lado FONATUR ni CosmoVisual ya que su única función era poner en contacto a clientes extranjeros potenciales y debía existir una coherencia en el diseño de materiales tanto en español como en inglés.

Cerrado el contrato con los clientes, la cuota de admisión, ya fuera para visitantes o expositores con stand, era cubierta por medio de un depósito bancario o a través del call center que tenía acceso a terminales electrónicas para realizar el proceso de pago. Cualquier gasto extra era cubierto por el cliente.

Los conferencistas eran contactados directamente por el Ing. Jorge Pérez y el seguimiento era llevado a cabo por la Lic. Ana María Corres, quién a su vez se encargaba de llevar un registro de los avances que iban sucediendo en la organización de la Expo para poder ayudar a CosmoVisual, a fin de cuentas, ella la persona con mayor experiencia dentro de FONATUR en este ámbito.

Por supuesto, existía un espacio de registro dentro de la Expo, para dar las debidas acreditaciones de acuerdo a la base de datos de asistentes:

- VIP: Acceso a cualquier área de la Expo, Presidencia, Gobernadores, Secretarios de Turismo y Gerencia General de Fonatur.
- All Access: Acceso tanto al área de stands, así como a las conferencias y comidas.
- Acceso Restringido: Acceso sólo al área de stands.
- Staff: Acceso a cualquier área de la Expo.
- Conferencista: Acceso tanto al área de stands, así como a las conferencias y comidas.
- Prensa: Acceso al área de stands y conferencias.

En un salón de Expo Bancomer, se llevaría a cabo una cena especial para los patrocinadores.

Resultados

La BMIIT 2007 tuvo 1924 asistentes, siendo en su mayoría All Acces.

Soluciones

La BMIIT 2007 fue un evento que logró su cometido al poder generar inversión directa para fomentar el turismo en México mediante alianzas estratégicas con la parte inmobiliaria y con FONATUR al hacer posible que los inversionistas tuvieran un punto de encuentro pensado para ellos. Sin embargo, se pueden formular recomendaciones de mejora, que enriquezcan lo ya logrado específicamente *desarrollar una estrategia de Relaciones Públicas dirigidas realmente para el público objetivo*.

Al y Laura Ries, reconocidos gurús del mundo de las marcas, han dicho que la publicidad está cayendo, mientras que las relaciones públicas están en pleno auge. Indican que desde hace algunos años y en el futuro, las marcas se construirán a partir de *publicity* y no de anuncios pagados.³

La BMIIT 2007, al tener un público tan extenso debió definir a quién se quería llegar específicamente para que la información fuera recibida por las personas adecuadas, no basta con que el evento se haya dado a conocer y tener “gente”. Lo principal al hacer relaciones públicas es conocer a nuestro público, que la información no se convierta sólo en datos al azar, sino que ésta, sea relevante y fluya hacia una buena relación entre el anfitrión y el invitado.

Siendo un evento turístico e inmobiliario se debió haber contactado a la gente que está en el medio y no sólo a quienes les interesaba tener presencia de marca en un evento más, la gente dedicada a la industria turística a este nivel debe sentirse comprendida en un espacio especialmente diseñado para ellos, por decirlo de alguna manera, estar rodeados de gente que habla el mismo idioma.

³ Ries, Al y Layra; La caída de la publicidad y el auge de las RRPP, (Editorial Activa, 2003, Barcelona)

FONATUR contaba con una base de datos de clientes con los que ha trabajado para conseguir una sinergia y a fin de cuentas hacer que la industria turística crezca en nuestro país, por tal motivo el conseguir expositores no se debió haber dejado solamente a CosmoVisual, que actuaba como intermediario para el evento, pero al final de día FONATUR tenía el “*know how*” y los contactos adecuados que no explotó de manera adecuada al no presentar formalmente a la empresa comercializadora.

La protección de la reputación de FONATUR a través de la BMIIT 2007, debió requerir de soluciones en las que se aprovecharan las sinergias de la publicidad, las relaciones públicas y todas las actividades *below y above the line* ⁴; la empresa no explicó a que se dedicaba, que hacía, cuál era su negocio y lo que esperaba del evento, toda esa información se dio por sentada, pensando que todos los asistentes sabían de antemano quién era el anfitrión.

También era de vital importancia no sólo contar con los contactos, sino saber a qué se dedicaba la empresa a contactar o si ya había hecho negocios con FONATUR, si ya tenía negocios en México o si estaba interesado en hacerlo; en cambio, lo que se hizo fue sólo contactar a los empresarios y explicarles el evento para que participaran y hubiera una concurrencia adecuada de acuerdo al evento.

Ahora bien, el área de comunicación de FONATUR debió actuar como “agencia interna de relaciones públicas” trabajando de manera muy cercana con la agencia contratada por CosmoVisual y con mercadotecnia para definir las estrategias a seguir para contactar a los medios especializados en el sector turístico.

Lo que se hizo, fue llamar a periodistas que cubrieran la nota y utilizar espectaculares para dar a conocer el evento y dichos espectaculares se encontraban esporádicamente en la ciudad, simplemente donde se pusieron donde fueran visibles, por otra parte, si bien se hicieron

⁴ García, Francisco; Nada se destruye, solamente se transforma. Web Ugap.com
http://www.ugap.com/noticias_detallen.asp?id=65/junio_2009

intercambios con revistas especializadas para poder tener publicidad, esto se hizo muy cercano al evento, aproximadamente 3 meses antes, y para esta fecha algunos invitados ya tenían agendados compromisos, por lo que no fue posible su asistencia y la publicidad le llegó demasiado tarde.

La prensa especializada era poca y la mayoría era nacional, muy poca gente del medio hacía notas para el extranjero, que era uno de los principales objetivos para futuros eventos, que los empresarios alrededor del mundo ubicaran a México como una opción viable para hacer negocios y a FONATUR como un facilitador.

BHN tenía experiencia en contactar a los invitados de acuerdo a su base de datos, pero no tenía un conocimiento específico del mercado por región, es decir; al tratar con una agencia extranjera que sólo estaba en el extranjero se perdía la conexión directa y en ocasiones se rompía la cadena de mando, lo que provocaba retrasos en la ejecución del programa establecido.

Hay que recordar, que las relaciones públicas son una función directiva independiente, que permite establecer y mantener líneas de comunicación, comprensión, aceptación y cooperación mutuas entre una organización y sus públicos.⁵

Y lo que sucedió es que los asistentes no tenían información previa sobre las Expos anteriores y los alcances que se obtuvieron, salvo quienes ya habían asistido a las Expos previas de FONATUR; tampoco se monitoreaba a “la competencia”, sólo de manera superficial, se sabía que existían otros eventos similares enfocados al turismo y a la inversión, pero no quiénes eran los asistentes y que valor agregado ofrecían.

Durante el evento existieron diversas pláticas y conferencias sobre temas que en el momento eran de actualidad y que afectan directa o indirectamente al sector turístico e inmobiliario, y por supuesto existían sesiones de preguntas y respuestas pero debido a lo apretado de la agenda en

⁵ Wilcox D.; Agee Warren K.; Autt Philips H.; Cameron Glen T., Public Relations Strategies & Tactics. (PEARSON EDUCACION, 2006)

ocasiones no era posible tener el tiempo necesario para atender todas las inquietudes de los asistentes por lo que se debió haber tenido un espacio posterior para que personas clave de la industria pudieran tener una sesión privada para que pudieran tener retroalimentación de primera mano y pudieran ver a FONATUR no sólo como el facilitador de información sino como realmente un anfitrión preocupado por atender a los invitados ya que los esfuerzos de Relaciones Públicas que se hicieron previamente sólo se quedaron en hacer las invitaciones pertinentes pero no de “relacionar” a los actores del evento.

Si bien existió un evento VIP, consistió simplemente en una cena a la que se hicieron presentes los directivos de FONATUR y algunos patrocinadores, como una cortesía por haber participado; recibieron la invitación durante el evento y asistieron quienes pudieron por lo que quienes no asistieron fue porque no tenían contemplada la cena y siendo gente tan importante la invitación se debió haber hecho previa al evento por parte de los directivos para darle la seriedad que merecía y no dejarlo como una manera rápida de reunir a los patrocinadores.

El patrocinio tiene clara su función de comunicación y sus objetivos para apoyar la rentabilidad empresarial que implica una aportación económica para apoyar un proyecto, a cambio de conseguir una serie de prestaciones que aporten un valor a la organización, en especial en términos de imagen.⁶

Posterior se le dio seguimiento a las impresiones de los patrocinadores y de quienes tuvieron un stand en la Expo, pero se dejó de lado a los demás asistentes, a quienes no se les volvió a contactar hasta el año siguiente para hacer una nueva invitación, esto también tiene que ver con CRM pero definitivamente también con Relaciones Públicas. Porque un patrocinio no es una inversión directa en publicidad⁷, ni necesariamente un valor seguro de Relaciones Públicas, ya

⁶ Rojas Orduña, Octavio Isaac; Relaciones públicas: la eficacia de la influencia; (EsiC2005, Madrid, España)

⁷ Carrogio Guerín, Marc: Patrocinio, comunicación y deporte. Revista Telos, no. 38.
http://www.campusred.net/telos/anteriores/num_38/cuaderno_central6.html/junio_2009

que la organización que contrata tiene el derecho de aprovecharse de las connotaciones positivas que pueda generar la imagen.

No se dio un seguimiento adecuado a los medios de comunicación en cuanto a notas periodísticas, comunicados y alcances que éstos tuvieron, simplemente comentarios de directivos que argumentaban haber visto en el periódico una nota, otro en una revista, y algunos más los espectaculares y lo que se debió haber hecho fue hacer un comunicado con los alcances que tuvo la Expo, entrevistas con los asistentes, con los patrocinadores, que si bien se hizo, se quedó de manera interna como una videomemoria.

Una rueda de prensa agradeciendo a asistentes, patrocinadores y medios, se hubiera convertido en un "detalle" agradable para quienes fueron partícipes de la BMIIT 2007 y extendiendo una nueva invitación para el evento que se llevaría a cabo un año después. Y contando con lo anterior, no dejar de lado a los medios, informarlos constantemente sobre los avances de la "nueva Expo", para que quienes no hubieran podido asistir tuvieran la oportunidad de agendar la fecha y por supuesto que ésta no cambiara como pasó con la BMIIT 2007.

Mantener la atención del público se debe convertir en un elemento importante porque se está invitando a un evento de corte internacional para hacer negocios y la plataforma es la Expo y tan importante es ofertar los productos y servicios, por llamarlos de alguna manera, como lo es que el público vaya a hacer negocios en un lugar diseñado para eso.

Es evidente que las exposiciones ofrecen muchas ventajas para las organizaciones desde la perspectiva de las relaciones públicas, pero tienen que superar el obstáculo de la indiferencia del público no sólo ofreciendo contenidos y mensajes de calidad sino realizando una labor de difusión adecuada para que la exhibición sea conocida, reciba visitas, difunda sus mensajes y, en definitiva logre su objetivo de comunicación en el marco de una estrategia de RRPP.⁸

⁸ Rojas Orduña, Octavio Isaac; Relaciones públicas: la eficacia de la influencia; (EsiC2005, Madrid, España)

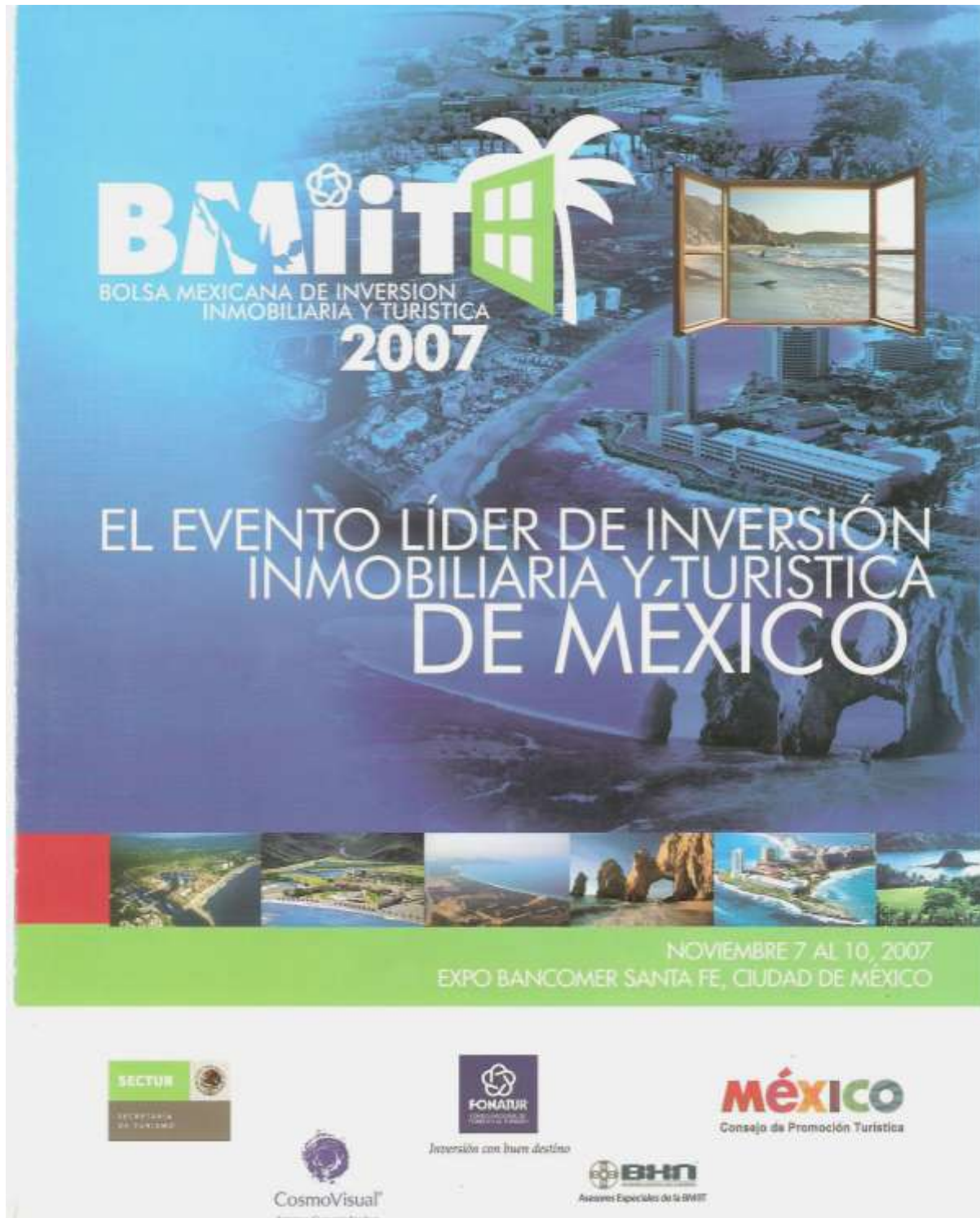
Conclusiones

1. Si bien la comunicación institucional está relacionada con áreas como Mercadotecnia o Relaciones Públicas, debe cumplir también con el cometido de transmitir la personalidad de la institución y que el público reconozca la seriedad con la que se está realizando el trabajo, por lo que es de vital importancia considerar el tiempo necesario para poder llevar a buen término un proyecto que requiere de varios equipos de trabajo y, que de esta manera, pueda existir un correcto flujo de información, tomando en cuenta la importancia de la comunicación tanto vertical como horizontal, con la finalidad de que exista una constante actualización de datos, para que los equipos tengan la oportunidad de aportar nuevas ideas y de mantener la identidad de la institución que siempre debe estar en armonía con el contenido de aquello que quiere transmitir.
2. Cada equipo debe tener una función específica que pueda realizar de manera tal, que de ser necesario, pueda resolver contratiempos sin afectar el trabajo de los demás manteniendo una comunicación informal que no interfiera con el trabajo de los demás ya que cada equipo será percibido como parte representativa de la institución. El líder o cabeza de proyecto debe recibir una actualización constante, manteniendo siempre un análisis de contenido que debe ser más preciso conforme se acerque la fecha del evento, porque finalmente ha sido designado como el responsable de transmitir una comunicación formal.
3. Una vez que está listo el proyecto, cada grupo pendiente de sus responsabilidades, debe monitorear constantemente las noticias y comunicados de prensa que se desprendan de la actividad que se está realizando, para en un momento dado, poder actuar oportunamente ante una situación que represente un riesgo, siempre teniendo en mente la armonía que debe existir entre la imagen que se desea dar, la imagen real de la institución y la imagen percibida.
4. La retroalimentación de cada grupo de trabajo así como la del público objetivo, como receptor de información, es por demás importante para poder gestionar la comunicación dentro de la institución y para la buena realización de proyectos futuros, velando por sus intereses y por el contacto con los clientes actuales y potenciales.

Bibliografía

- Bateson, Gregory; Birdwhistell, Ray; Goffman, Erving; et al, La Nueva Comunicación, (Kairós, Barcelona, España, 1987)
- Carrogio Guerín, Marc: Patrocinio, comunicación y deporte. Revista Telos, no. 38.
- García, Francisco; Nada se destruye, solamente se transforma. Web Ugap.com
- Horovitz Jacques; Jurgens P. Michele, La Satisfacción Total del Cliente (Mc Graw Hill)
- http://www.burba.com/abril_2009
- http://www.campusred.net/telos/anteriores/num_38/cuaderno_central6.html/junio_2009
- http://www.cosmovisual.com/abril_2009
- http://www.exposystems.com.mx/somos.htm/abril_2009
- http://www.fonatur.gob.mx/abril_2009
- http://www.fonatur.gob.mx/bolsa-mexicana-de-inversion-turistica/2007/es/index.asp/abril_2009
- http://www.fonatur.gob.mx/es/comun_prensa/notas_informativas.asp?cveninf=1722&qtip=
- http://www.fonatur.gob.mx/es/index_quienes_somos.asp/diciembre_2009
- <http://www.revistabuenviaje.com/agencias/agenciasnoviembre01/agyop02-01-11-07.html>
- <http://www.turista.com.mx/article245.html>
- http://www.ugap.com/noticias_detallen.asp?id=65/junio_2009
- Marston, J. Relaciones Públicas Modernas, (McGraw Hill, 1990)
- Ries, Al y Layra; La caída de la publicidad y el auge de las RRPP, (Editorial Activa, 2003, Barcelona)
- Robinson, E. Comunicación y Relaciones Pública, (CECSA, 1982)
- Rojas Orduña, Octavio Isaac; Relaciones públicas: la eficacia de la influencia; (EsiC2005, Madrid, España)
- Van Riel, C., Comunicación Corporativa, (Prentice Hall, Madrid, 1997)
- Wilcox D.; Agee Warren K.; Autt Philips H.; Cameron Glen T., Public Relations Strategies & Tactics. (PEARSON EDUCACION, 2006)
- Wilcox, D., et al, La Buena reputación. Claves del valor intangible de las empresas, Relaciones Públicas. (2001)

ANEXO 1: EJEMPLO DE TRÍPTICO





Martes 6 de Noviembre, 2007

16:00 - 19:00 | Registro en sitio

Miércoles 7 de Noviembre, 2007

7:00 - 8:00 | Registro en sitio

9:00 - 10:20 | Ceremonia de inauguración
Desayuno
Felipe Calderón Hinojosa
Presidente Constitucional de México

10:20 - 10:50 | Inauguración del área de exposición

11:00 - 19:00 | Registro en sitio

11:00 - 19:00 | Programa de contacto de negocios

11:00 - 12:10 | El turismo como motor del desarrollo
económico de México:
Una visión hacia el futuro

12:10 - 12:40 | Servicio de café

12:50 - 14:00 | Perspectivas a largo plazo de
la economía en México

14:10 - 15:40 | Comida

16:00 - 17:30 | Conozca el proyecto

17:30 - 19:45 | Conozca las oportunidades de
inversión que ofrecen los gobiernos
de los estados

19:45 - 20:45 | Cocktail de bienvenida

Jueves 8 de Noviembre, 2007

8:00 - 15:00 | Registro e información

8:00 - 9:00 | Servicio de café

9:00 - 19:00 | Programa de contacto de negocios

9:00 - 10:00 | Baby boomers: México listo para
recibirlos, sus expectativas y como
aprovechar las oportunidades.
La industria inmobiliaria turística,
2ª y 3ª residencia en México

10:10 - 11:10 | Cadenas hoteleras europeas y
americanas

11:20 - 12:20 | Conferencia Magistral

12:20 - 12:50 | Servicio de café

13:00 - 14:00 | La nueva ley del mercado de valores
(Reits-Fibras)

14:10 - 15:40 | Comida

16:30 - 18:00 | Sesión simultánea
"Conozca al inversionista"
Panel 1: Bancos
Panel 2: Inversionistas

18:10 - 18:40 | Ceremonia de clausura

Viernes 9 de Noviembre y Sábado 10 de Noviembre, 2007

10:00 - 17:00 | Área de expo abierta al público
en general

CONFERENCIAS
PROGRAMA



UNIVERSIDAD
PANAMERICANA



Felipe Calderón Hinojosa Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos

Miguel Gómez Mont Urueta
Director General
FONATUR

Marcos Agostini
Director Regional América Latina
Interval International

Narciso Agundez Montaño
Gobernador Constitucional
Baja California Sur

José Antonio Alonso
Presidente del Consejo Administrativo
Grupo Quinto Real

Jesús Alberto Aguilar Padilla
Gobernador Constitucional
Sinaloa

Mauricio Basila Lago
Vicepresidente de Supervisión Bursátil
Comisión Nacional Bancaria y de Valores

José Gerardo Camargo
Director de Financiamiento Inmobiliario
GNAC

Shawn A. Campbell
Director Administrativo
Hotel Financial Strategies

Javier Cárdenas Riosco
Director de Intermediarios Financieros de Fomento
Banco de México

Nicholas M. Clayton
Presidente
Kor Hotel Group

Ernesto Coppel
Presidente
Grupo Pueblo Bonito

Richard F. Davis
Co-Presidente Hoteles Resorts y Clubs
Greenberg Traurig

Alfredo Elías Ayub
Director General
Comisión Federal de Electricidad

Rodolfo Elizondo Torres
Secretario
Secretaría de Turismo

Juan Rafael Elvira Quesada
Secretario del Medio Ambiente
y Recursos Naturales

Luis H. García
Presidente
Steadfast Resort Properties
Interstate Hotels & Resorts de Mexico

Mirelle A. Gerding
Asistente de la Vicepresidencia
Aareal Bank AG

Félix Arturo González Canto
Gobernador Constitucional
Quintana Roo

Ney González Sánchez
Gobernador Constitucional
Nayarit

Joseph V. Green
Director General
KeyBridge Capital LLC

Shai N. Halbe
Accionista
Heller Ehrman LLP

Matthew J. Hart
Presidente y Director de Operaciones
Hilton Hotels Corporation

Liora Haymann
Director de Planificación
OBM International

David Konzevik
Director General
Konzevik y Asociados

Mario Laborín
Director General
NAFIN Bancomext

Carlos Manzano
Director General
GE Real Estate

Ricardo Montaudon
Presidente y Director Ejecutivo Las Américas
Grupo RCI

Juan Camilo Mourño Terrazo
Jefe de la Oficina de la Presidencia
de la República

Roberto Ordorica
Director General Latino América
Prudential Financial

José Guadalupe Osuna Millán
Gobernador Constitucional
Baja California

Stevan D. Porter
Presidente, Las Américas
IHG (InterContinental Hotels Group)

Scott A. Preston
Socio, Resort y Hotel Group
Ballard Spahr Andrews & Ingersoll, LLP

Guillermo Prieto
Presidente
Bolsa Mexicana y De Valores

Pablo Fernando Quezada Gómez
Director Ejecutivo de Banca de Empresa
e Instituciones
Santander

Luis Armando Reynoso Fernat
Gobernador Constitucional
Aguascalientes

Miguel Rivera
Vicepresidente
Jones Lang LaSalle Hotels

Blanca Rodríguez
Directora Administrativa
DTZ Rackwood

Gerardo Ruíz Mateos
Coordinador General de Gabinetes y
Proyectos Especiales de la Presidencia
de la República

Alberto Saavedra
Socio
Saavedra, Santamarina y Seta

Manuel Sescosse Varela
Director General Comercial
Banorte

Eduardo Sojo Garza-Aldape
Secretario
Secretaría de Economía

Luis Tellez K
Secretario
Secretaría de Comunicaciones y
Transportes

Zeferino Torreblanca Galindo
Gobernador Constitucional
Guerrero

José María Urquiza
Director Ejecutivo Banco Corporativo de
Inversión
Banamex

Rolando Vázquez Castellanos
Coordinador de Crédito de Primer Pico
Bancomext

José Luis Vega Palfox
Director Corporativo Banco de Empresa
y Gobierno
Bancomer

Francisco A. Zinser Cieslik
Director General de Operaciones
NH Hoteles

Ignacio Zubiria Maqueo
Director Ejecutivo de Financiamiento y
Servicios Inmobiliarios
HSBC



UNIVERSIDAD
PANAMERICANA



Inscribirse por Internet en www.fonatur.gob.mx, o llenar esta forma y enviarla por fax al (+5255) 5523 0563
Información para inscribirse a la BMIT: Con. Juan José García al 01-800-062-2648
o correo electrónico: martin@cosmovisual.com.mx; juanjose.garcia@cosmovisual.com;
ltzan@cosmovisual.com www.cosmovisual.com.mx

PASO 1 Llenar con su información personal para contacto. Escriba claramente con letra de molde o adjunte su tarjeta personal, añadiendo los datos que desee aparezcan en su gafete.

Nombre Completo (Nombre, Apellido Paterno, Apellido Materno)			
Compañía		Puesto	
Dirección		Colonia	
Ciudad		Estado	
País		C.P.	
Teléfono		Fax	
Email			

PASO 2 Costo de participación

Cuota de inscripción: \$3,000 + 15% I.V.A. = \$3,450 Pesos MN

(Esta cuota incluye: 1 desayuno, 2 comidas, coctel de bienvenida y clausura, entrada a todas las sesiones de la BMIT y los materiales impresos necesarios.)

TARJETA DE CRÉDITO:

☐ MASTERCARD

☐ VISA

No. de Tarjeta de Crédito	
Fecha de Vencimiento	
Titular de la Tarjeta	
Dirección para envío de cuenta	
Monto Total	
Firma del titular (indispensable)	

Para Pago con Tarjeta de Crédito: Mandar vía Fax la Forma Llenada y Firmada al (+5255) 5523 0563

Para Transferencia Bancaria: Contactar a Juan José García / Martín Emilio Larruz Alejos al +1-800-346-2648 o por vía electrónica a: juanjose.garcia@cosmovisual.com.mx o martin@cosmovisual.com



Si Ud. tiene necesidades especiales, favor de llamar a Juan José García al +1-800-346-2648 o escribir a: martin@cosmovisual.com; juanjose.garcia@cosmovisual.com

PASO 3 Términos y Condiciones

INFORMACIÓN PARA INSCRIPCIÓN

El solicitante es responsable de su propio transporte y hospedaje y no están incluidos en la cuota de inscripción. Solamente se aceptarán solicitudes hechas por vía telefónica, en línea, vía fax o correo electrónico. La fecha límite para la recepción de solicitudes llenadas adecuadamente será el 29 de Octubre de 2007.

TÉRMINOS Y CONDICIONES

La información para contacto que Ud. proporcione en esta solicitud será compartida con otros asistentes a la conferencia y patrocinadores para facilitar la comunicación y la creación de relaciones profesionales, y por los organizadores para informarle acerca de esta conferencia, otros eventos e información vinculada a estos temas. Por favor informarnos por escrito si no desea compartir sus datos. Todos los participantes deberán portar su gafete en todas las programas/eventos vinculados a la BMIT.

La Administración de la BMIT se reserva el derecho de evaluar a todas las solicitudes y permitir o negar el acceso a este evento. Los temas, conferencistas, la agenda y otros eventos de la conferencia pueden cambiar sin previo aviso.

CANCELACIONES Y REEMBOLSOS

Las cancelaciones sólo se aceptarán por escrito. La cuota de inscripción no es reembolsable.

ESTOY DE ACUERDO CON LOS TÉRMINOS, CONDICIONES Y PREVISIONES PARA CANCELACIONES Y REEMBOLSOS:

Firma autorizada (indispensable):		Fecha	
-----------------------------------	--	-------	--

No se procesarán las formas que no estén firmadas.



Estimado Colega

Tengo el agrado de invitarla a participar en la Bolsa Mexicana de Inversión Inmobiliaria y Turística 2007 (BMIIIT), evento que se llevará a cabo del 7 al 10 de noviembre en Expo Bancomer Santa Fe, en la Ciudad de México.

La BMIIIT es el evento líder de inversión inmobiliaria y turística en México, consta de conferencias por la mañana las cuales versan sobre temas de actualidad de la industria turística y de dos sesiones de trabajo por la tarde, lo que permitirá a los asistentes conocer de manera directa la oferta en materia de inversión inmobiliaria y turística del país, así como a los potenciales inversionistas que tienen interés en nuestros destinos turísticos.

Esperamos como cada año, superar el éxito de ediciones anteriores, para lo cual hemos convocado a los más importantes líderes del sector, tanto nacionales como internacionales, y conformando un intenso programa de conferencias con la participación de personalidades del mas alto nivel del sector público y privado.

Esperando saludarlo personalmente en esta séptima edición de la BMIIIT, aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo.

Sinceramente,

MIGUEL GOMEZ MONT URUETA
DIRECTOR GENERAL
FONATUR

CARTA

PRESENTACIONES ESPECIALES:

Conoce el Proyecto:

Sesión de trabajo que le brinda la oportunidad de conocer a fondo los proyectos que participan en la BMIIIT 2007.

Conoce al Inversionista:

Firmas financieras e inversionistas dan a conocer sus intereses específicos de inversión, apoyos y esquemas financieros.

MASTER BLACK	Cabo Cortés			Prudential
DOBLE DIAMANTE				
DIAMANTE	GROUP RCI Vacations International • Vacations Romance		Jose Cuervo TRADICIONAL	
PLATINO	AMETUR Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos	CAMINO REAL SANTA FE MEXICO	C&C Capital	INTERVAL INTERNATIONAL The Quality Vacation Exchange Network
ORO	BALLARD SPAHR ANDREWS & INGERSOLL, LLP	GlobalHotelNetwork.com Market Intelligence for the World of Global Hospitality		
	Horwath HTL HOTEL. Tourism and Leisure	Hotel Executive.com HOTEL EXECUTIVE.COM	Hotel Interactive hotelinteractive.com	ihr Interstate Hotels & Resorts de México
PLATA	Aareal Bank	ACCOR	ASHFORD HOSPITALITY TRUST The premier capital provider in the hospitality industry™	GreenbergTrautman
	GRUPOMEX	HellerEhrman LLP	JONES LANG LASALLE HOTELS	OBM Inter-Regional
MEDIOS	bel	GF Grupo Fidalex	INMOBILIAR	mundo EJECUTIVO
	OPESA	RealEstate	VUELO	



CosmoVisual
Empresas Comerciales



BHN
Asesores Especiales de la BMIIT

Para mayor información sobre el evento visite nuestra página Web:
www.fonatur.gob.mx
o contáctenos en:
FONATUR
Teoyatlil No. 100 Col. Florida 01030 México, D.F.
Tel. (55) 50.90.42.92
Tel. (55) 50.90.43.18
At'n: Verónica Sánchez
bmiit@fonatur.gob.mx
llame sin costo desde el interior de la República al:
01 800 062 2648

ANEXO 2: EJEMPLO DE DIPLOMA



ANEXO 3: BROCHURE



BMIIT
BOLSA MEXICANA DE INVERSIÓN
INMOBILIARIA Y TURÍSTICA
2007

EL EVENTO LÍDER DE INVERSIÓN
**INMOBILIARIA Y TURÍSTICA
EN MÉXICO**

SEPTIEMBRE 26 al 29, 2007
EXPO BANCOMER (SANTA FÉ), CIUDAD DE MÉXICO

La Bolsa Mexicana de Inversión Turística crece y se transforma en la Bolsa Mexicana de Inversión Inmobiliaria y Turística (BMIIT), ampliando sus horizontes e integrando al mercado inmobiliario, fundamental en el desarrollo de proyectos turísticos.

La BMIIT es el punto de encuentro para hoteleros, inversionistas, desarrolladores turísticos e inmobiliarios, autoridades gubernamentales y líderes de la industria a nivel nacional e internacional.

Organizado anualmente por FONATUR, propicia el encuentro de propietarios y promotores de proyectos de inversión con las más importantes fuentes de financiamiento. En sólo 6 años, la BMIIT ha establecido su liderazgo como promotora de la inversión turística en México, alcanzando nuevos estándares en calidad e innovación y se ha posicionado como la mejor herramienta para la promoción de proyectos turísticos.

La BMIIT presentará sus tradicionales sesiones de trabajo "Conoce el Proyecto" y "Conoce al Inversionista", así como el programa "Contactos de Negocio".

Para mayor información:
www.fonatur.gob.mx
bmit@fonatur.gob.mx
(5255) 5090 4318



Inversión con buen destino





MEXICO'S KEY TOURISM, REAL ESTATE & FINANCE INVESTMENT FORUM

SEPTEMBER 26-29, 2007
EXPO BANCOMER (SANTA FE), MEXICO CITY

The Bolsa Mexicana de Inversión Turística (BMIT) 2007 conference - Mexico's key tourism and finance investment forum - has grown, and expanded its scope to incorporate the real estate market. Since the real estate market is essential to the development of the tourism industry, this event, hosted by FONATUR, has been renamed: "Bolsa Mexicana de Inversión Inmobiliaria y Turística (BMIIT)" also known as Mexico's key real estate, tourism and finance investment forum.

Formerly hosted at the Camino Real Hotel in Mexico City, the BMIIT 2007 will be held this year at the Expo Bancomer (Santa Fe) in Mexico City on the new BMIIT dates of September 26-29, 2007. September 26-27 will include the regular conference program with exhibits. September 28-29 is a new feature, which will be open to the public and will only include the exhibit hall portion of the event.

In just six years, the BMIIT has positioned itself as the leading promoter of tourism investment projects in Mexico, and continues to be a premier event for industry leaders including: hoteliers, investors, tourism and real estate developers, and government officials from both Mexico and internationally.

The BMIIT 2007 will feature the famous networking and investment sessions called: "Meet the Project", "Meet the Investor", and "Appointment Opportunities" where conference sponsors, exhibitors, and delegates can get maximum exposure and get the deals done.

For more information about BMIIT 2007 registration, sponsorship and/or exhibitor opportunities, please visit www.fonatur.gob.mx, email bmit@fonatur.gob.mx, or call (5255) 5090 4318.



Secretaría de Gobernación





EL EVENTO LÍDER DE INVERSIÓN INMOBILIARIA Y TURÍSTICA EN MÉXICO

NOVIEMBRE 7 al 10, 2007
EXPO BANCOMER SANTA FE, CIUDAD DE MÉXICO

NUEVAS FECHAS

La Bolsa Mexicana de Inversión Turística crece y se transforma en
"Bolsa Mexicana de Inversión Inmobiliaria y Turística" (BMIIT).

Hacemos de su conocimiento que, debido al gran éxito obtenido por la BMIIT como evento líder en la promoción de inversión turística e inmobiliaria y a fin de contar con una mayor participación de proyectos de inversión, ampliando la gama de oportunidades de desarrollo e inversión para los participantes tanto nacionales como internacionales, hemos reprogramado el evento del 7 al 10 de noviembre, 2007.

La sede del evento sigue siendo Expo Bancomer Santa Fe, recinto que cumple con los altos requerimientos de espacio e imagen para un evento de esta importancia.

El miércoles 7 y jueves 8 de noviembre, se llevarán a cabo conferencias sobre temas de actualidad de la industria turística e inmobiliaria, así como las tradicionales sesiones de trabajo "Conoce el Proyecto" y "Conoce al Inversionista". El viernes 9 y sábado 10 de noviembre, el área de exposición estará abierta al público en general.

No deje pasar esta oportunidad de hacer negocios y aproveche la plataforma de la BMIIT para hacer crecer el suyo.

Para mayor información: www.fonatur.gob.mx bmit@fonatur.gob.mx (5255) 5090 4318



Intención con buen destino





MEXICO'S KEY TOURISM, REAL ESTATE & FINANCE INVESTMENT FORUM

NOVEMBER 7-10, 2007
EXPO BANCOMER SANTA FE, MEXICO CITY

CONFERENCE NEW DATES

Mexico's key tourism and finance investment forum - has grown, and expanded its scope to incorporate the real estate market. Since, the real estate market is essential to the development of the tourism industry, this event, hosted by FONATUR, has been renamed: **"Bolsa Mexicana de Inversión Inmobiliaria y Turística (BMIIT)"** also known as Mexico's key real estate, tourism and finance investment forum.

Due to the great success achieved by the BMIIT and in order to increase the participation of domestic and international attendees, the conference has been rescheduled for **November 7-10, 2007**.

BMIIT will be held at the **Expo Bancomer Santa Fe** in Mexico City on the new BMIIT dates. **November 7-8** will include the regular conference program with exhibits. **November 9-10** is a new feature, which will be open to the public and will only include the exhibit hall portion of the event.

The BMIIT 2007 will feature the famous networking and investment sessions called: **"Meet the Project"**, **"Meet the Investor"**, and **"Appointment Opportunities"** where conference sponsors, exhibitors, and delegates can get maximum exposure and get the deals done.



Insert in a great destination



2

MEXICO'S KEY
TOURISM, REAL ESTATE
& FINANCE INVESTMENT FORUM

BMIT
BOLSA MEXICANA DE INVERSIÓN
INMOBILIARIA Y TURÍSTICA
2007

Expo Bancomer Location

Parking Fee \$50.00/MIN 9 hrs.

<http://www.bancomer.com.mx/ingles/ingles.asp?lang=eng>



Do not miss all the great opportunities Expo BMIT 2007 offers to you.
For more information:
www.bancomer.com.mx/ingles/ingles.asp?lang=eng
Or call 01-800-002-2448



1

MEXICO'S KEY
TOURISM, REAL ESTATE
& FINANCE INVESTMENT FORUM

BMIT
BOLSA MEXICANA DE INVERSIÓN
INMOBILIARIA Y TURÍSTICA
2007

NOVEMBER 7-10, 2007 EXPO BANCOMER SANTA FE, MEXICO CITY

Come to the Bolsa Mexicana de Inversión Inmobiliaria y Turística (BMIT) 2007 - Mexico's Key Tourism, Real Estate & Finance Investment Forum. As you will be aware, BMIT is the leading and largest annual gathering of national and international executives who are interested in tourism and real estate projects in Mexico.

The BMIT will feature its annual forum work sessions called "Meet the project" & "Meet the investor" and in addition, "Appointment Opportunities" to get the deals done. If you want to participate at the "Appointment Opportunities Program" Meet us at Bancomer stand at the entrance of the Expo.

Hotel Information

Carrión Hotel Santa Fe Hotel (Hotel Híndal) directly at 022455 50 54 18 or by e-mail to reservas.carriohotel.com or carriohotel@carriohotel.com for more information.

San Juan Carrión Hotel in Expo Bancomer \$60.00/MIN

Nordest Mexico Santa Fe Hotel directly at 022455 91 27 27 20 or by e-mail to reservas@nordest.com or reservas@nordest.com

Frederick Hotel Santa Fe 022 593 1105 5000 <http://www.frederick.com> Rate \$1,300.00/MIN

Finca Americana Santa Fe 022 593 1105 5000 <http://www.fincaamericana.com> Rate \$1,200.00/MIN



ANEXO 4: PÁGINA DE INTERNET DE BMIIT 2007 CON PATROCINADORES



BMIIT
BOLSA MEXICANA DE INVERSIÓN
INMOBILIARIA Y TURÍSTICA
2007

EL EVENTO LÍDER DE INVERSIÓN INMOBILIARIA
Y TURÍSTICA EN MÉXICO



FONATUR
MÉXICO

Inversión con buen destino

Programa

Home | Portafolio de Proyectos | Presentaciones | Resultados | Encuestas | Videos y Galería de Fotos

ESTIMADO PARTICIPANTE,

Me es muy grato dirigirme a usted para hacer extensivo mi más sincero agradecimiento, por su valiosa asistencia a la Bolsa Mexicana de Inversión Inmobiliaria y Turística 2007 (BMIIT), realizada los días 7 al 10 de noviembre.

La séptima edición de la BMIIT ha reiterado su liderazgo como promotora de la inversión turística e inmobiliaria en México. Por lo cual, seguimos desarrollando nuevos y mejores criterios de calidad e innovación, tanto en lo referente a las conferencias, como en las sesiones de trabajo y el programa "contactos de negocio".

Durante el evento, rebasamos nuestras expectativas al contar con la asistencia de más de 1300 participantes, lo que refleja la pertinencia del programa de actividades y el positivo clima para la inversión en México.

Nuevamente agradezco su participación y apoyo, esperando haber cumplido sus expectativas e invitándolo a que nos acompañe en la próxima edición, aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE
DIRECTOR GENERAL
FONATUR

PATROCINADORES

MASTER BLACK
Cabo Carlos
Prudential

DIAMANTE
Group RCI
José Cuervo

PLATINO
AMDETUR
C&C Capital
Grupo Dine
Hotel Camino Real Santa Fe
Interval International
PUERTO CANCLIN
Quinta Real

ORO
Ballard Spahr Andrews & Ingersoll, LLP
BANAMEX
Global Hospitality Resources, Inc.
Harwith HTL
HotelExecutive.com
Hotel Interactive, Inc.
Interstate Hotels & Resorts de Mexico

PLATA
Aareal Bank AG
Novotel
Ashford Hospitality Trust
CUSHMAN & WAKEFIELD
Greenberg Traurig
GrupoMex Holdings, LLC
Heller Ehrman LLP
James Long LaSalle Hotels
OBM International

COMUNICACIÓN
Estilo México
Group Real Estate
Grupo Editorial Expansión
Inmobiliare
Mundo Ejecutivo



ANEXO 5: DESPLEGADOS DE PRENSA

FONATUR en los Medios

Milenio Diario. Suplemento Tornavuelta
La BMIT crece en 2007

28 de
Octubre del
2007

La séptima edición de la Bolsa Mexicana de Inversión Turística que se llevará a cabo este año, del 7 al 10 de noviembre presentará varias novedades, entre las que destaca la incorporación del sector inmobiliario, por lo que de ahora en adelante se llamará: “Bolsa Mexicana de Inversión Inmobiliaria y Turística” (BMIT), anunció Miguel Gómez Mont, director general del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) , dependencia que organiza este encuentro financiero.

23 de
Octubre del
2007

El Universal
TENDENCIA Inmobiliaria Y Turística

El Fondo Nacional de Fomento al Turismo anunció el establecimiento de la Bolsa Mexicana de Inversión Inmobiliaria y Turística 2007. Se trata del evento líder donde se analizarán las tendencias globales en el ámbito inmobiliario y turístico. (En la imagen aparece Miguel Gómez Mont, director del FONATUR).

21 de
Octubre del
2007

El Universal
Ofrecerá Vivienda FONATUR

Este año, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) incorporará al mercado inmobiliario la realización de la Bolsa Mexicana de Inversión Inmobiliaria y Turística (BMIT). Miguel Gómez Mont, titular de la dependencia, anunció que el evento que se llevará a cabo en noviembre próximo y convocará a inversionistas así como a líderes gubernamentales y del sector turístico, a fin de atraer y generar inversiones en nuestro país, hasta por 6 mil millones de dólares en lo que resta de 2007. Además de analizar las tendencias globales en el ámbito inmobiliario y turístico, sostuvo que se mantendrá el principal objetivo de poner en contacto a promotores de proyectos con inversionistas y fondeadores de recursos. También se darán a conocer nuevos e interesantes nichos de mercado y se propiciará el intercambio de ideas con los expertos de la industria. Esto a través de la realización de sus ya tradicionales sesiones de trabajo: “Conozca el Proyecto”, “Conozca al inversionista” y “Contactos de negocios”.

18 de
Octubre del
2007

El Economista
La Bolsa Mexicana de Inversión Turística Incorpora al Sector Inmobiliario

El Fondo Nacional de Fomento al Turismo, FONATUR, llevará a cabo la Bolsa Mexicana de Inversión Inmobiliaria y Turística 2007 (BMIT), del 7 al 10 de

noviembre próximo, y tiene este año como escenario la Expo Bancomer Santa Fe en la ciudad de México. Organizada por séptima ocasión consecutiva, la BMIIT, es el evento líder que convoca a reconocidas personalidades gubernamentales y vinculadas al sector de la industria turística e inmobiliaria a nivel nacional e internacional, en donde se analizarán las tendencias globales en el ámbito inmobiliario y turístico.

18 de El Universal
Octubre del Comienzan obras del proyecto Nuevo Mahahual
2007

Mahahual, QR. Se iniciaron las obras del proyecto Nuevo Mahahual que en su primera etapa se invertirán 58.3 millones de pesos, de los 140 programados para la rehabilitación de la zona urbana de este importante puerto quintanarroense. El gobernador de la entidad, Félix González Canto, explicó que el gobierno de la República impulsa este zona, a través de FONATUR. Los trabajos de la primera etapa quedarán concluidos en diciembre y en enero se inicia la segunda etapa. De acuerdo con el proyecto se contempla la rehabilitación de la zona urbana que tiene como principal objetivo la construcción del malecón peatonal costero, la avenida Caracol en su segunda etapa, vialidades secundarias) uso mixto costero y el parque del manglar. Juan Carlos Amau, representante del titular del secretario de Turismo, Rodolfo Elizondo Torres, afirmó que se inician las obras que permitirán sentar las nuevas bases de infraestructura que servirá para transformar la comunidad en un destino turístico más equipado, con más atractivos, mejores servicios y una renovada imagen que sin duda traerá mayor crecimiento económico para la población.

17 de Milenio Diario
Octubre del La Bolsa Mexicana de Inversión Turística amplían los horizontes de los negocios
2007 turísticos al incorporar este año al sector inmobiliario

En conferencia de prensa, el ingeniero Miguel Gómez Mont Urueta, titular del Fondo Nacional de Fomento al Turismo, hizo la presentación de la Bolsa Mexicana de Inversión Inmobiliaria y Turística 2007 (BMIIT), que se llevará a cabo del 7 al 10 de noviembre próximos y que este año tendrá como escenario la Expo Bancomer Santa Fe, en la Ciudad de México, que será inaugurada por el presidente Felipe Calderón Hinojosa. Organizada por séptima ocasión consecutiva, la BMIIT es el evento líder que convoca a reconocidas personalidades gubernamentales y vinculadas con el sector de la industria turística e inmobiliaria a nivel nacional e internacional, donde se analizarán las tendencias globales en el ámbito inmobiliario y turístico.

16 de El Sol de México
Octubre del Lanzarán Bolsa Mexicana de Inversión Inmobiliaria
2007

A fin de poner en contacto a promotores de proyectos turísticos con inversionistas y fondeadores de recursos, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo realizará la Bolsa Mexicana de Inversión Inmobiliaria, por séptima ocasión consecutiva. El director general del Organismo Miguel Gómez Mont, anunció lo anterior al señalar que en esta ocasión se incorpora al mercado inmobiliario con especial énfasis en el sector turístico dada su reconocida importancia en la industria. Actualmente la industria de bienes raíces destaca en el sector turístico y se observan notables niveles de crecimiento de ahí el poder fundamental que tiene en el desarrollo de los proyectos turísticos. Algunos de los propósitos de la BMIT y a los cuales se les debe gran parte de su éxito, han sido obtener los contactos en los negocios entre los asistentes de conocer nuevos nichos de mercado y proporcionar el intercambio de ideas con los expertos de la industria turística.

16 de Leonardo Curzio / ENFOQUE (MATUTINO) / NUCLEO RADIO MIL /
Octubre del LA BOLSA MEXICANA DE INVERSIÓN TURÍSTICA SE CELEBRARÁ DEL
2007 7 AL 10 DE NOVIEMBRE PRÓXIMO

Leonardo Curzio, conductor: La Bolsa Mexicana de Inversión Turística va a tener lugar del 7 al 10 de noviembre próximo. Como usted sabe, esta bolsa tiene como objetivo principal poner en contacto a promotores de proyectos turísticos con inversionistas y fondeadores de recursos, y van a celebrarse en la Expo Bancomer de Santa Fe, en la Ciudad de México, los días 7 al 10 de noviembre.

1 de Octubre Revista Líderes Mexicanos. Edición especial
del 2007 Construcción a gran escala

Luego de una larga trayectoria en GEO, uno de los desarrolladores de vivienda de interés social más importantes, y con la sabiduría que deja el sector privado, Miguel Gómez-Mont permite una plática en la que demuestra su interés, sus ganas y su esfuerzo diario por entrar de lleno al sector público. Tiene muy claro sus objetivos, “que México tenga más empleos, beneficios, más riqueza y menos pobreza; vengo a buscar ese México y para ello lo que tengo que hacer es crear un chorro de desarrollos y generar un chorro de inversionistas”. Miguel Gómez-Mont tiene claro que estamos en la mira de los inversionistas extranjeros. Por ello es importante que las inversiones se hagan con la guía y ordenamiento de FONATUR. FONATUR debe clavarse en ser el papá de los inversionistas y cuidar que no haya abusos porque la inversión viene y viene fuerte (...) Destino turístico sin planeación social tiende a morir en segundos (...) “yo quiero traer 20 mil

millones de dólares de inversión privada en el sector turismo; quiero que se duplique el número de trabajadores; en cuanto a la parte de la ley, necesitamos contar con una agenda legislativa (...)

08 de Revista Mundo Ejecutivo
Octubre del Infraestructura turística, oportunidad de oro
2007

Durante mucho tiempo el turismo ha destacado entre las promesas que sustentan la posibilidad de que México alcance mayores niveles de desarrollo y competitividad, acordes con el pronóstico oficial que establece que para el año 2030 la nuestra se debe ubicar entre las cinco economías más importantes del mundo. Sin embargo, hoy parece haber llegado el momento del turismo, y así como la reciente elección de Chichén Itzá entre las Siete Nuevas Maravillas del Mundo, permite suponer que en el futuro la antigua ciudad maya superará su récord histórico de un millón 300 mil visitantes por año, todos los destinos nacionales parecen estar en carrera para jugar en las “grandes ligas”. Ahora, será tarea del FONATUR, dirigido por Miguel Gómez Mont, ex presidente de la Cámara de la Vivienda, quien debe asumir el reto de intensificar los niveles de coordinación institucional, que hoy impiden que todos los órganos del Estado se sumen, primero entre ellos, y después con el sector privado, para generar las obras de infraestructura que permitan consolidar cada destino turístico. Gómez Mont deberá, además de atraer inversiones, impulsar el desarrollo de proyectos mixtos y de avanzados esquemas para realizar proyectos con fondos captados a partir de colocar en los mercados de valores los flujos futuros del impuesto predial o el cobro del agua, por ejemplo.

08 de Reforma
Octubre del Tema inmobiliario con gran fuerza en la BMIIT del FONATUR
2007

La Bolsa Mexicana de Inversión Inmobiliaria y Turística (BMIIT), que ha sido el encuentro de inversionistas y desarrolladores turísticos más importante del país, pondrá especial énfasis en el tema inmobiliario. De hecho, en ésta su séptima edición a celebrarse del 7 al 10 de noviembre próximo, uno de sus paneles aborda a detalle el mercado de los “baby-boomers” en México, las expectativas y el cómo aprovechar las oportunidades. Miguel Gómez Mont Urueta, director general del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) considera que la relevancia del mercado inmobiliario es fundamental para el desarrollo de nuevos proyectos en el sector turístico de México. En esta edición las sesiones de trabajo de los días 7 y 8 de noviembre, tituladas “Conozca el Proyecto” y “Conozca al Inversionista”, así como el programa “Contactos de Negocios”, tendrán mayor atención. Asimismo se llevarán a cabo conferencias sobre temas de actualidad de la industria turística e inmobiliaria, en las cuales tomarán parte empresarios, autoridades

Gubernamentales, expertos y líderes de la industria turística del país y del extranjero.

07 de El Universal. Viajes y Negocios
Octubre del Concanaco, por retomar su esencia
2007

Revestido de un ecologismo que está de moda, Gordon Viberg orientó su séptimo congreso hacia la sustentabilidad, y hasta invitó a Al Gore. Resulta oportuno que los empresarios piensen en el medio ambiente, pues es uno de los puntos más criticados de su concepción de desarrollo turístico. Viberg dijo que era una “mala interpretación”, pero el hecho es que el desorden imperante en playas y centros turísticos no sólo es fomentado por los ayuntamientos, sino por quienes se acercan a embarrar manos de munícipes. Miguel Gómez Mont de FONATUR desde que llegó al cargo puso el dedo en la llaga. Sin generalizar, pero insistiendo en que la tendencia existe y es devastadora. Los recursos para promoción turística se han incrementado exponencialmente desde que llegó Vicente Fox a la Presidencia y se potenciaron con Felipe Calderón, pero la llegada de turistas sigue por debajo de los niveles que había en el año 2000. En términos prácticos, hay que revertir los números de ocupación hotelera, que hablan de un promedio de 72% anual en los CIPs de FONATUR, 53% en destinos de playa tradicionales y de sólo 47% en ciudades coloniales. El evento contó con la presencia de los secretarios de Turismo, Rodolfo Elizondo Torres, y Previsión Social, Javier Lozano Alarcón.

ANEXO 6: LAYOUT

