

Pescan en redes sociales pasajeros para el Tren Maya

La inversión es de 74 mdp para campañas en radio, televisión, TikTok, Instagram, Facebook e inserciones en prensa para promocionar el ferrocarril, hoteles y el AIFA

OTILIA CARVAJAL

—nacion@eluniversal.com.mx

Ante la falta de huéspedes y pasajeros, Grupo Mundo Maya, que opera el Tren Maya, sus hoteles y el Aeropuerto Internacional *Felipe Ángeles* (AIFA), ha tenido que inyectar 74 millones de pesos a una campaña publicitaria para la promoción de todos sus servicios.

Tan sólo en publicidad en radio, televisión y redes sociales se invirtieron 53 millones de pesos y otros 21 millones de pesos para diseñar la campaña de promoción del Tren Maya y sus hoteles.

Grupo Mundo Maya destinó 21 millones de pesos, en dos contratos, para producir material audiovisual que promocioe los servicios de los hoteles en la ruta del ferrocarril y los aeropuertos que opera.

El primero fue asignado a Agencia CDA Comunicación Integral, mediante una licitación pública, por 5 millones 999 mil 999 pesos para la producción de 94 materiales para las campañas Cultura que nos une y Aeropuertos, vuela y conecta durante los meses de noviembre y diciembre de 2025.

Estos incluyen spots para radio y televisión, videos para TikTok, Facebook e Instagram, infografías, gráficos en redes, inserciones en prensa, banners web y kits de anuncios para Google.

Los servicios requeridos son para elaborar un manual de identidad de Grupo Mundo Maya, en el que se incluyan los cinco tipos de unidades de negocio, eslogan, sonido de la marca y animación de logo.

| NACIÓN | A4



LICITACIÓN

“Se requiere un servicio de diseño y producción de contenidos para informar a la sociedad el quehacer gubernamental de las unidades de negocio que conforman Grupo Mundo Maya”

Con TikTok y 74 mdp buscan turistas para el Tren Maya

Grupo de Sedena, que opera el ferrocarril, los hoteles, un parque y la aerolínea Mexicana, **inicia una campaña publicitaria para promover sus servicios ante la baja afluencia de visitantes**

OTILIA CARVAJAL

—nacion@eluniversal.com.mx

Ante el bajo nivel de huéspedes y pasajeros, el Grupo Aeroportuario y Ferroviario, de Servicios Auxiliares y Conexos, Olmeca-Maya-Mexica (GAFSACOMM), operado por la Secretaría de la Defensa Nacional (Sedena), destinó 74 millones de pesos a una campaña publicitaria para la promoción de servicios del Tren Maya, sus hoteles y el Aeropuerto Internacional Felipe Ángeles, bajo la marca Mundo Maya.

Tan sólo en publicidad en radio, televisión y redes sociales se invirtieron 53 millones de pesos y otros 21 millones de pesos para diseñar la campaña publicitaria para la promoción de los servicios del Tren Maya, sus hoteles y el Aeropuerto Internacional Felipe Ángeles (AIFA) en el último bimestre de 2025.

Pese a que la empresa paraestatal fue creada en 2022, en el sexenio de López Obrador, fue en mayo pasado año cuando cambió su nombre comercial a Grupo Mundo Maya para tratar de mejorar su posición en el mercado. El conglomerado está a cargo del Tren Maya y sus siete hoteles y cuatro parques en la ruta, el AIFA y la aerolínea Mexicana.

EIGAFSACOMM destinó 21 millones de pesos, en dos contratos, para producir material audiovisual para promocionar los servicios de los hoteles en la ruta del ferrocarril y los aeropuertos que opera.

El primero fue asignado a Agencia CDA Comunicación Integral,

S.C., mediante licitación pública, por 5 millones 999 mil 999 pesos para la producción de 94 materiales para las campañas Cultura que nos une y Aeropuertos, vuela y conecta durante los meses de noviembre y diciembre de 2025.

Estos incluyen spots para radio y televisión, videos para TikTok, Facebook e Instagram, infografías, gráficos en redes, inserciones en prensa, banners web y kits de anuncios para Google.

“El Grupo Aeroportuario, Ferroviario, de Servicios Auxiliares y Conexos Olmeca-Maya-Mexica, S.A. de C.V., Grupo Mundo Maya, requiere llevar a cabo un servicio integral de diseño y producción de mensajes y contenidos creativos de alto impacto, con el propósito de informar a la sociedad sobre el quehacer gubernamental de las diversas unidades de negocio que conforman Grupo Mundo Maya”, dice el primer contrato.

La segunda licitación fue asignada a Amax Contenido, S.A. de C.V., por 15 millones de pesos por el concepto de diseño, producción, preproducción y postproducción de 2 mil 932 materiales.

El objetivo es “fortalecer la promoción y posicionamiento de las distintas unidades de negocio que conforman el Grupo Mundo Maya a través de materiales audiovisuales, innovadores y atractivos, para captar la atención del público objetivo y aumentar el interés del

mercado nacional e internacional en la oferta turística, cultural y económica del grupo”.

Los servicios requeridos son la elaboración de un manual de identidad de Grupo Mundo Maya, en el que se incluyan los cinco tipos de unidades de negocio (hoteles, parques, museos, aeropuertos e hidrocarburos), eslogan, sonido de la marca y animación de logo.

También solicitaron material enfocado en la temporada vacacional de invierno y los descuentos del Black Friday y El Buen Fin como spots de radio y televisión, guiones para redes sociales y material multimedia. Otros materiales requeridos son producción de fotos publicitarias y arquitectónicas (interior y exterior) de los hoteles Nuevo Uxmal, Edzná, Tulum, Calakmul, Chichén Itzá, Palenque y Tulum Aeropuerto, así como producción de fotografías publicitarias y arquitectónicas (interior y exterior) de Parque del Jaguar, La Plancha, La Ceiba y Nuevo Uxmal.

Se encargó en postproducción un levantamiento de 360 grados de las instalaciones de los hoteles Mundo Maya, parques y museos, a nivel de

suelo y en tomas aéreas, asegurando una cobertura completa y de alta calidad, incluyendo “los atractivos turísticos y sitios arqueológicos aledaños a cada zona hotelera, enriqueciendo la experiencia visual”.

Los hoteles del Grupo Mundo Maya tuvieron baja ocupación en su



inauguración en diciembre pasado, por lo que contrataron un servicio de diagnóstico y capacitación para que el personal brinde mejor servicio, como publicó este diario.

Promoción en redes

En redes sociales de Grupo Mundo Maya pueden encontrarse publicaciones que promueven los descuentos de hasta 25% en los hoteles por El Buen Fin y otras promociones.

El descuento aplica para reservar del fin de semana del 13 al 17 de noviembre, pero también para viajar hasta marzo de 2026. En redes sociales creadas en mayo pasado cuentan con 13 mil seguidores en Facebook y rebasan los 600 en Instagram.

La renovación

En el relanzamiento de la marca, el 30 de mayo, el director de GAFSACOMM, general Tonatiuh Velasco, señaló que éste responde a una visión integral de fortalecimiento institucional y comercial, proyección turística y mejor posicionamiento en el ámbito de los servicios que ofrece: "Con esta renovación de marca reafirmamos nuestra misión de conectar y promover la riqueza natural, histórica y cultural del sureste mexicano. Grupo Mundo Maya sintetiza nuestro propósito y nuestra esencia, proyectando al mundo una marca fuerte, clara y representativa", sostuvo. ●

53

MILLONES

de pesos se invirtieron en publicidad en radio, televisión y redes sociales.

21

MILLONES DE PESOS

se destinaron a la campaña del Tren Maya, sus hoteles y el AIFA.

LICITACIÓN DE GAFSACOMM

"El Grupo Aeroportuario, Ferroviario, de Servicios Auxiliares y Conexos Olmeca-Maya-Mexica, S.A. de C.V., Grupo Mundo Maya, requiere llevar a cabo un servicio integral de diseño y producción de mensajes"

"[El objetivo es] fortalecer la promoción y posicionamiento de las distintas unidades de negocio que conforman el Grupo Mundo Maya"

RELANZAN MARCA

El grupo GAFSACOMM contrató servicios de producción de material publicitario audiovisual para promover sus servicios.



IX. Adjudicación.

Licitante adjudicado 1. AMX CONTENIDO S.A. DE C.V.

Descripción	Subpartidas	Subtotal	IVA	Monto total de la oferta
"Servicio de diseño, preproducción, producción y postproducción de contenido para la difusión del Programa Anual de Promoción y Publicidad 2025."	36	\$12,931,034.55	\$2,068,965.53	\$15,000,000.08
Totales		\$12,931,034.55	\$2,068,965.53	\$15,000,000.08

Monto adjudicado sin I.V.A.: **\$12,931,034.55**
(Doce millones novecientos treinta y un mil treinta y cuatro pesos 55/100 M.N.)

Impuesto al valor agregado (I.V.A.): **\$2,068,965.53**
(Dos millones sesenta y ocho mil novecientos sesenta y cinco pesos 53/100 M.N.)

Monto adjudicado con I.V.A.: **\$ 15,000,000.08**
(Quince millones de pesos 08/100 M.N.)





El Grupo Aeroportuario y Ferroviario, de Servicios Auxiliares y Conexos, Olmeca-Maya-Mexica (GAFSACOMM) es operado por la Secretaría de la Defensa Nacional.



Los hoteles del Grupo Mundo Maya reportaron baja ocupación durante su inauguración en diciembre pasado.



YAZMÍN RODRÍGUEZ, EL UNIVERSAL



El grupo GAFSACOMM destinó 21 millones de pesos para producir material audiovisual y promover los servicios de los hoteles en la ruta del ferrocarril y los aeropuertos.

