

YUCATÁN FEDERACIÓN PARA LA PROMOCIÓN Y FOMENTO AL DESARROLLO TURÍSTICO Y ECONÓMICO DEL ESTADO DE YUCATÁN

PRIMERA SESIÓN ORDINARIA DEL COMITÉ TÉCNICO DEL FIPROTUY

4 DE MAYO DE 2023

MODALIDAD VIRTUAL (VÍA ZOOM)

#YucatánEscolar

Yucatán

yucatan.travel

YUCATÁN FEDERACIÓN PARA LA PROMOCIÓN Y FOMENTO AL DESARROLLO TURÍSTICO Y ECONÓMICO DEL ESTADO DE YUCATÁN

I. LISTA DE ASISTENCIA Y VERIFICACIÓN DEL QUÓRUM LEGAL

YUCATÁN FEDERACIÓN PARA LA PROMOCIÓN Y FOMENTO AL DESARROLLO TURÍSTICO Y ECONÓMICO DEL ESTADO DE YUCATÁN

MIEMBROS CON VOZ Y VOTO

ASISTENTE	INSTITUCIÓN	CARGO
C. Michelle Fridman Hirsch	SEFOTUR	Secretaría de Fomento Turístico
Mtra. Olga Rosas Moya (Lic. Ricardo Iván Duarte, suplente)	SAF	Secretaría de Administración y Finanzas
Lic. Ernesto Herrera Novelo (Ing. Joaquín Mier y Terán Puerto, suplente)	SEFOET	Secretario de Fomento Económico y Trabajo
C.P. Juan Carlos Rosel Flores (Ing. Santiago Jesús Massa Ramos, suplente)	Agencia de Administración Fiscal (AAFY)	Director General de AAFY
Lic. Jorge Eduardo Carrillo Sáenz (Sr. Jorge Torre, suplente)	Consejo Empresarial Turístico de Yucatán, A.C. (CETUR)	Presidente
Lic. Juan José Martín Pacheco (Lic. Marisol Cambranis, suplente)	Asociación Mexicana de Hoteles en Yucatán (AMHY)	Presidente
Lic. David Escalante Lombard	Asociación de Agencias Promotoras de Turismo de Yucatán (AAPROTUY)	Presidente
Lic. Sarah Levorato (Lic. Federico Dominguez, suplente)	Hotel Hyatt	Gerente Hotel Hyatt/Representante Hoteles Gran Turismo

Manisa Cambranis

YUCATÁN FEDERACIÓN PARA LA PROMOCIÓN Y FOMENTO AL DESARROLLO TURÍSTICO Y ECONÓMICO DEL ESTADO DE YUCATÁN

MIEMBROS CON VOZ

SECRETARIO TÉCNICO	
Lic. Raúl Alejandro Paz Noriega	SEFOTUR Secretario Técnico
INVITADOS	
Representante	Banco Mercantil del Norte, S.A. Representante Fiduciaria / Banco Mercantil del Norte, S.A. Director de Administración y Finanzas
Lic. Hernán Castillo Rivas	SEFOTUR
Lic. Miguel Andrés Hernández Artega	SEFOTUR Subsecretario de Inteligencia de Mercados
Lic. Carlos Enrique Monroy Abunader	SEFOTUR Director de Mercadotecnia

[Handwritten signatures and scribbles]

Estado de Resultados del 01/Ene/2023 al 31/Mar/2023

	Período	%	Acumulado	%
	Monto (Pesos)		Monto (Pesos)	
Ingresos				
Intereses	385,861.61	100.00%	1,453,650.25	13.50%
Recaudación 5% S/Hospedaje 2022	0.00	0.00	9,316,691.50	86.50%
Total Ingresos	385,861.61	100.00%	10,770,341.75	100.00%
Egresos				
GASTOS ADMINISTRATIVOS	6,960.00	1.80%	23,524.80	0.22%
Total Egresos	6,960.00	1.80%	23,524.80	0.22%
Utilidad (o Pérdida)	378,901.61	98.20%	10,746,816.95	99.78%

V. PRESENTACIÓN Y, EN SU CASO, APROBACIÓN DE LA PROPUESTA DEL PLAN DE INVERSIÓN EN MATERIA PROMOCIÓN TURÍSTICA 2023

Fideicomiso para la Promoción y Fomento del Desarrollo Turístico y Económico del Estado de Yucatán

Plan de Trabajo 2023

Yucatán **SEMUR**

Yucatán **travel** yucatan.travel

YUCATÁN

2022 ANDELA ANIMADA YUCATÁN

365 YUCATÁN

Yucatán **SEMUR**

Manis/Cambrenis

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature at the top and several initials below.

Subsecretaría de Inteligencia de Mercados

Neurociencia + Psicología + Marketing = Neuromarketing

Entender, analizar e influir en la función del cerebro humano en relación con la toma de decisiones de compra.

Identificar patrones y tendencias en la forma en que los consumidores procesan la información y toman decisiones y generan o no afinidad a las marcas

Crear campañas y estrategias de comunicación y difusión más efectivas y mejorar la experiencia del cliente.

#YucatánEsColor yucatan.travel

Los sabores de Yucatán

Tercer año seguido de "Blue Flag"

Llega el Disney La bonanza turística se alarga en progreso

REPORTAJE

Oferta turística YUCATÁN en los ojos del mundo

Opinión Telera

Nos encantó Yucatán

Yucatécocos y turistas disfrutan de un ambiente familiar en el Festival de la Veda

FOREVER YUCATÁN

Brief Resultados 2022

- Recuperación Vs. Crecimiento Pasajero 3 millones
- Records Asur Nov 22 - Abril 23
- Densidad
- Diversificación
- 4º lugar en inversión
- 89% average load factor
- Descentralización Turística Chichén Itzá (1 lugar)
- Impresiones, visitas e engagement
- Contenidos editoriales y valor RRRP

#YucatánEsColor yucatan.travel

2019 - 2022

Comparativo YZY	2021		2022		Fuente
	1er Semestre	2º Semestre	1er Semestre	2º Semestre	
Porcentaje de ocupación promedio en el estado a/	55.5	33.4	52.4	52.4	Programa DataTur
Cantidad de Hoteles	516	575	589	589	Directorio InveTur
Cantidad de Hbs. Hotelerías	14,138	15,480	15,756	15,756	Directorio InveTur
Cantidad de unidades residenciales	ND	5,300	6,400	6,400	Atelab
Numero de turistas con pernocta en el estado a/	2,045,123	1,361,957	2,098,766	2,098,766	Programa DataTur
Movimiento de pasajeros aéreos (llegadas y salidas) b/	2,790,649	2,079,503	3,079,618	3,079,618	Grupo Asur
Rutas aéreas totales (conexión directa)	17	14	20	20	Grupo Asur
Rutas aéreas nacionales (conexión directa)	13	9	12	12	Grupo Asur
Rutas aéreas internacionales (conexión directa)	4	5	8	8	Grupo Asur
Frecuencias aéreas internacionales (vuelos de llegada set)	17	19	27	27	Grupo Asur
Frecuencias aéreas internacionales (conexión directa)	228	114	234	234	SEOTUR
Gasto promedio diario (pesos)	\$ 2,652.00	\$ 2,671.00	\$ 2,817.00	\$ 2,817.00	SEOTUR
Derivama económica (millones de pesos)	\$ 8,264.90	\$ 5,558.94	\$ 9,537.05	\$ 9,537.05	SEOTUR

a/ Comprende los centros turísticos de la Ciudad de Mérida, Ciudad de Valladolid, Ciudad de Tulum, la localidad de Tixtla y la localidad de Uxmal (Bases Aéreas).

b/ Se excluyen los pasajeros en tránsito y de conexión general.

#YucatánEsColor yucatan.travel

Manisak Cambanis

[Handwritten signatures and initials in blue ink]

Target

Geográfico

- México
- USA
- Canadá
- España
- Alemania
- Reino Unido
- Francia
- Italia
- Portugal
- Colombia
- Ecuador
- Perú
- Brasil
- Argentina

Segmento de consumo

- Cultural
- Gastronómico
- Romance
- Aventura
- Médico
- Congresos
- Convenciones
- Incentivos
- Exposiciones
- Deportivo
- Religioso
- Nativos Digitales
- Expats – Snow Birds
- 50 plus

#YucatánEsColor yucatan.travel

Plan de Acción 2023

- Inteligencia de Mercados
- Promoción y Ferias Especializadas - B2B
- Mercadotecnia - B2C
- Relaciones Públicas y Comunicación Social
- Producciones Fílmicas y Cinematográficas
- Industria de Reuniones y Segmentos Especializados

#YucatánEsColor yucatan.travel



Acciones de Promoción y Ferias Especializadas B2B

- Tianguis Turístico, FITUR, GTM, ITB, WTM, Toca Puertas, Coops.
- Seminarios, Webinars, Yucatán Travel Mart,
- Top Mundial Aeroméxico, Giras Europa, USA y LATAM

#YucatánEsColor yucatan.travel

Campañas, acciones publicitarias y alianzas estratégicas con socios comerciales

Cielos Abiertos  **VIAJES del Caribe y los Andes**

OBJETIVO 2023:

- Refrendar las alianzas estratégicas con socios comerciales actuales y nuevos para llevar a cabo acciones comerciales y campañas en conjunto que permitan el aumento de turistas al Estado, la creación de nuevos paquetes así como el aumento de la derrama económica y pernocta en el destino
- Generar nuevas alianzas con nuevos socios estratégicos en los mercados de Europa y LATAM



#YucatánEsColor yucatan.travel

Marisol Combranis



Maratones Gastronómicos y Caravanas turísticas México, USA, Canadá, Europa y Latam.



Capacitar, promocionar y posicionar Yucatán como destino turístico de talla mundial para aumentar la pernocta y la derrama económica en nuestro Estado.

¿CÓMO?

- Giras de promoción para capacitar a los principales mayoristas y minoristas de los mercados objetivos
- Yucatán travel mart 2023
- Top Mundial Aeromexico

yucatan.travel

Relaciones Institucionales y Comerciales



Mantener el posicionamiento de Yucatán como destino turístico en los mercados de Europa (España, Reino Unido, Alemania, Francia e Italia), y Latinoamérica (Perú y Colombia).

¿CÓMO?

- Presentaciones, webinars, seminarios, capacitaciones, viajes de familiarización, vistas a eventos, seguimiento a coops, convocatoria a miembros de las principales asociaciones de turismo en los mercados, envío de newsletters, entre otros.

yucatan.travel

YUCATÁN

Mercadotecnia B2C

Estrategia de medios, website, redes sociales Yucatán Expone Amazonas de Yucatán, Programática, Geolocalización, Material Impreso, OHH, Marketing de Guerrilla, Eventos Masivos, Vestido de Aeropuerto

#YucatánEsColor

yucatan.travel

YUCATÁN

Estrategia, Administración, gestión de contenidos, conversación digital, pauta patrocinada en redes sociales



OBJETIVO
Generar una estructura de comunicación digital, donde el turista potencial de Yucatán encuentre información de relevancia que le impulse a tomar la decisión de viajar a los diferentes destinos del estado.

¿CÓMO?

- Influir en la toma de decisión de viaje del usuario.
- Crear una comunidad de usuarios que tengan afinidad a Yucatán por sus atractivos turísticos.

#YucatánEsColor

yucatan.travel

Manisak Cambanis

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

YucatánEsColor

50% Inspiración
Etapas del Journey de viajero
De qué hablamos cuando hablamos de turismo en Yucatán, tendencias, oportunidades de negocio y Cultura Yucateca
¿Qué nos motivamos? ¿Qué hay por ver o vivir? ¿Dónde lo puedo hacer?

30% Planificación
Tipos para el turista, distancias, temporadas, instructivos de viaje, conectividad
¿Cómo ir? ¿Cuándo ir? ¿Qué encontrar?

10% Viaje
Actividades por ciudad, asesoría al turista
¿Cómo hago a las experiencias? ¿Qué más puedo hacer?

10% Post viaje
Reposicionar contenidos, entradas para el sitio
Comparto el parco de vida del viajero al resto de la audiencia

Canales: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, LinkedIn, Email, RSS

KPIs: Alcances, interacciones, tiempo de vistas en sitio

Objetivos: Dudas sobre el plan del turista, tiempo de vistas en sitio, Dudas resueltas durante el viaje, post de experiencias del usuario

#YucatánEsColor yucatan.travel

Mantenimiento y mejoramiento de websites + Traducciones + desarrollo de micrositios por segmentos específicos y/o evento

OBJETIVO:
Nuevos contenidos, gráficos, soporte, hosting, mantenimiento, reportes y análisis al website: innovador que mejore la experiencia del usuario digital (UX) y la interfaz de usuario (UI), que sea único, atractivo y fácil de usar. Así como el desarrollo de un sitio web que sea atractivo y competitivo en el mercado turístico y de viajes que está muy saturado y competido.

Para el turismo es de suma importancia contar con herramientas digitales de interés, nuestros canales y plataformas digitales deben estar pensadas para el turista y para los compradores, ya que, en esta etapa de la recuperación del turismo, la mayoría de los viajeros, basan su búsqueda de destinos en la información que encuentran en Internet. Por lo tanto, los datos de compra y experiencia de viaje comienzan desde dicha búsqueda de información y es indispensable contar con un sitio web que comunique perfectamente las características y atractivos de nuestro destino turístico, así como aportar información útil y de valor a los turistas.

¿COMO?

- Carga de contenidos del sitio, optimizadas, así como ajustes en los visuales y el monitoreo del correcto funcionamiento del sitio.
- Crear una comunidad de usuarios que tengan afinidad a Yucatán por sus atractivos turísticos.
- Traducciones completas en 7 diferentes idiomas incluyendo todo el inventario de 365 días en Yucatán y 365 Sabores en Yucatán.
- Actualización de la sección de planificación de viajes para una mejor experiencia de usuario digital y pueda comenzar a diseñar su siguiente viaje a Yucatán.

#YucatánEsColor yucatan.travel

#YucatánEsColor yucatan.travel

YucatánEsColor

YucatánEsColor

Acciones estratégicas para la promoción turística de Yucatán en plataformas digitales

OBJETIVO:
Acciones estratégicas para la promoción turística de Yucatán en plataformas digitales para los mercados objetivos de México, Estados Unidos, Canadá, Europa y LATAM para obtener los siguientes resultados:

- Consolidación
- Extrapolación de campañas
- Énfasis en creación de contenido
- Aumento exponencial en exposición mediática
- Mensaje por hiper-segmentación
- Big Data + Geolocalización + Conversación Digital
- Funnel Conversion
- Mixta Omnicanal temporalizada
- Aumento de ADR + Est Promedio y Densidad

#YucatánEsColor yucatan.travel

Manisga Combranis

(Handwritten signatures and scribbles)

¿CÓMO?

- Publicidad a través de banners tipo ad display, en formato CPC (costo por clic) o CPA (costo por adquisición) con un video o sitio web premium con una línea segmentación de audiencias con perfil acorde a nuestros mercados objetivos con intereses en viajes, cultura, gastronomía, destinos de sol y playa, aventura y naturaleza.

MERCADOS OBJETIVO

- México
- EEUU
- Canadá
- España
- Francia
- Italia
- UK
- Alemania
- Paraguay
- Colombia

#YucatánEsColor yucatan.travel

Campañas, Acciones publicitarias y alianzas estratégicas con socios comerciales

OBJETIVO:

- Refrendar y consolidar las alianzas estratégicas con socios comerciales.
- Nuevos de USA, Canadá, Europa y LATAM

#YucatánEsColor yucatan.travel

Estrategia publicitaria, creación, desarrollo de plan de medios Off Line y pauta publicitaria

OBJETIVO :

Generar una estrategia publicitaria eficaz y la creación y desarrollo de plan de medios tradicionales, la ejecución y distribución de la pauta publicitaria en mercado nacional.

Posicionamiento del destino, factor de recordación de marca turística y motivar el viaje a Yucatán del mercado doméstico. Estas acciones tendrán que responder a las distintas temporalidades de las campañas de promoción turística dirigidos a cliente final

#YucatánEsColor yucatan.travel

#YucatánEsColor yucatan.travel

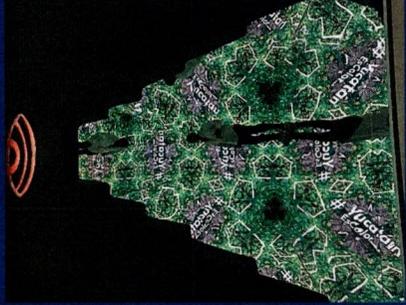
- OOH
- ATL
- Aeropuertos
- Impresos

Maniso Cambranis

(Handwritten signatures and scribbles)

Desarrollo y ejecución de activaciones BTL (No tradicional + marketing de guerrilla)

OBJETIVO :
 Este tipo de acciones han formado parte de la propuesta de promoción turística de la SEFOTUR por ser una estrategia de marketing que no busca ser masiva, al contrario, se dirige a segmentos específicos, y suele suceder en lugares inesperados, en puntos de venta o en eventos de lanzamiento, esto con el objetivo de lograr una interacción directa con el cliente final, obteniendo una alta visualización e impactos para generar posicionamiento, factor de recordación de marca y motivar el viaje del mercado doméstico e internacional a Yucatán.



#YucatánEsColor yucatan.travel



#YucatánEsColor yucatan.travel

Estrategia Creativa, Diseño Gráfico, Levantamiento y Producción de Material Audiovisual, Gestión para el desarrollo, levantamiento, producción y ejecución de material gráfico (foto y video) y gestión filmica

OBJETIVO

- Hacer uso de las herramientas indicadas y que nos permitan comunicar al turista y los compradores, sobre las experiencias que pueden encontrar, sobre la calidez de su gente y sobre todas las bondades que encontrarán en el destino.
- Lograr que las fotos y los videos utilizados para la generación de contenidos puedan capturar dichas bondades y experiencias para transmitir las sensaciones únicas de visitar el destino, así como el de comunicar los mensajes correctos al público objetivo.



#YucatánEsColor yucatan.travel



Relaciones Públicas, Comunicación Social

Viajes de Prensa, Comunicación Institucional, Creadores de Contenido, Conferencias de Prensa, Contenido Editorial, Lo Mejor de Yucatán, Scoutings, Producciones Cinematográficas, Videoclips, Agencias Internacionales, Michelin

#YucatánEsColor yucatan.travel

Maniso pCombranis

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature at the top and several initials below.

Estrategia de Relaciones Públicas Nacional



OBJETIVO 2023

- Continuidad de la estrategia integral de Relaciones Públicas y Comunicación para mantener la imagen de Yucatán como el estado idóneo para vacacionar por su gran diversidad de experiencias turísticas en diferentes segmentos, temporadas y fines de semana de puente.

¿CÓMO?

- Comunicados, notas de color, entrevistas y giras de medios.
- Viajes de familiarización con prensa, editores, líderes de opinión, generadores de contenido, insiders.
- Goodwills, participación en programas de televisión y radio para difundir atractivos turísticos.

#YucatánEsColor yucatan.travel

Estrategia de Relaciones Públicas USA y Canadá



OBJETIVO

- Desarrollar una estrategia integral de Relaciones Públicas y Comunicación para proyectar a Yucatán como el estado más seguro de Latinoamérica y uno de los más seguros del mundo, además de contar con una gran diversidad de experiencias turísticas en diferentes segmentos.

¿CÓMO?

- Comunicados, notas de color, entrevistas y giras de medios.
- Viajes de familiarización con prensa, editores, líderes de opinión, generadores de contenido, insiders.
- Eventos de promoción y alianzas con aerolíneas y navieras, para la difusión de los principales atractivos turísticos.

#YucatánEsColor yucatan.travel

Estrategia de Relaciones Públicas Europa



OBJETIVO

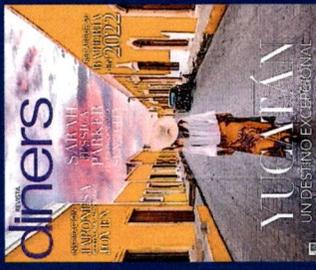
- Crear una estrategia integral de Relaciones Públicas y Comunicación para posicionar a Yucatán como el estado más seguro de México y Latinoamérica, además de contar con una gran diversidad de experiencias turísticas, gastronómicas, culturales, de sol y playa con una gran diversidad de atractivos.

¿CÓMO?

- Comunicados, notas de color, entrevistas y giras de medios.
- Viajes de familiarización con prensa, editores, líderes de opinión, generadores de contenido, insiders.
- Eventos de promoción y alianzas con las embajadas de México para la difusión de los atractivos turísticos.

#YucatánEsColor yucatan.travel

Estrategia de Relaciones Públicas Latinoamérica



OBJETIVO

- Continuar con la estrategia integral de Relaciones Públicas y Comunicación para mantener la imagen de Yucatán como el estado más seguro de México y Latinoamérica, además de contar con una gran diversidad de experiencias turísticas, y de los diferentes segmentos.

¿CÓMO?

- Comunicados, notas de color, entrevistas y giras de medios.
- Viajes de familiarización con prensa, editores, líderes de opinión, generadores de contenido, insiders.
- Goodwills, participación en programas de televisión y radio para difundir atractivos turísticos.

#YucatánEsColor yucatan.travel

Moisés Cambranis





Industria de Reuniones y Segmentos Especializados

Congresos, Convenciones, Exposiciones, Incentivos, Sabores de Yucatán, Mundial de Bruselas, Best Chef of the World, Copa Santos, Lidera, Wedding Summit,

#YucatánEsColor

yucatan.travel

Objetivos

- Superar los resultados alcanzados en 2019, incluyendo:
 - Número de eventos
 - Número de asistentes
 - Derrama económica
- Consolidación del posicionamiento de Yucatán Meetings:
 - Visibilidad
 - Promoción y Difusión
- Consolidación de los dos distritos de reuniones con sus respectivos recintos
 - Distrito CIC
 - Distrito Siglo XXI
- Apoyo a nuevos eventos

#YucatánEsColor

yucatan.travel

Estrategia

01	LOCAL	<ul style="list-style-type: none"> Capacitación Membresías
02	MARKETING	<ul style="list-style-type: none"> Campaña de Redes Sociales Plan de Marketing Digital
03	PROSPECCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Visitas de inspección Populaciones Visitas de inspección Postulaciones
04	ACCIONES EN EL MERCADO	<ul style="list-style-type: none"> Participación en eventos Charlas Booth FAM
05	APOYO A EVENTOS	<ul style="list-style-type: none"> Patrocinios

#YucatánEsColor

yucatan.travel

Acciones de la OCV

Membresías y programas de profesionalización

- AMPROFEC
- ATR
- MPI
- PCMA
- ANGECAL
- SITE

- TURISMO DE ROMANCE ASSOCIATION OF BRIDAL
- GRUPO DE AFINIDAD
- TURISMO RELIGIOSO
- COMETUD
- PCO SELLO



#YucatánEsColor

yucatan.travel

Marisol Cambanis

(Handwritten signatures and scribbles)

Acciones de la OCV
 Acciones para promover y ejecutar eventos en el estado

#YucatánEsColor yucatan.travel

Acciones de la OCV
 Acciones de promoción, ejecución y desarrollo de eventos postulados y obtenidos en el estado

- + Acciones y apoyos comprometidos a eventos que se llevarán a cabo en Yucatán.
- + Acciones y estrategia para eventos con "multiplicadores y potencia mediática".

#YucatánEsColor yucatan.travel

Acciones de la OCV
 Gastos en postulaciones, concursos, atenciones y viajes de familiarización

- Postulaciones
- Concursos
- Atenciones
- Viajes De Familiarización De Segmentos
- Viajes De Postulación Segmentos
- Gran Fam Pco

#YucatánEsColor yucatan.travel

Acciones de la OCV
 Eventos foráneos, Programas de multiplicadores y viajes (caravanas, road shows y Blitz)

- Eventos Foráneos
- Caravanas en mercados prioritarios

#YucatánEsColor yucatan.travel

Marisol Cambrales

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature at the top and several smaller ones below.

Acciones de la OCV

Participación en eventos foráneos de presentación de destino.

- PCO MEETINGS
- GMID - COMIR
- WEC
- FI EXPO
- CNIR
- GBTA

#YucatánEsColor yucatan.travel

Acciones de la OCV

Material promocional

- Producciones Audiovisuales
- Impresos
- Artículos Promocionales
- Medios y canales especializados en segmentos MICE

#YucatánEsColor yucatan.travel

#YucatánEsColor yucatan.travel

Propuesta para el ejercicio
presupuestal del Fideicomiso para la
Promoción y Fomento al Desarrollo
Turístico y Económico del Estado de
Yucatán 2023

#YucatánEsColor yucatan.travel

Manisq Combranis

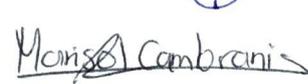
Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature at the top and several smaller ones below.

Presupuesto Fideicomiso para la Promoción y Fomento al Desarrollo Turístico y Económico del Estado de Yucatán 2023 (Tabla 1 de 2)

Inversión para el desarrollo del segmento denominado Turismo de Reuniones que involucra Congresos, Convenciones, Exposiciones, Incentivos y otros subsegmentos masivos con pernocta en el Estado de Yucatán.	\$1,850,000.00
Acciones de Promoción y Fomento (OPORTUNIDADES) a la cadena de valor del estado.	\$13,500,000.00
Acciones de promoción, ejecución y desarrollo de eventos postulados y obtenidos en el estado (Best chefs awards, concurso mundial de Bruselas, Barra México, Aniversario Concanaco, Smart City, Convención Bancaria, FWS, Congresos y convenciones a llevarse a cabo durante 2023, etc.)	\$22,400,000.00
Gastos en Postulaciones, Concursos, Atenciones y Vigas de Familiarización	\$3,450,444.00
Gastos en Participación en eventos foráneos y Vigas de presentación de destino (caravanas, road shows y Billet)	\$4,800,000.00
Acciones Relaciones públicas y comerciales en México (Agencias, representación, atenciones, hospedajes, tours, actividades, alojamiento, redes de prensa, agencias de representación, gastos de logística, producción y operación, entre otros).	\$3,800,000.00
Acciones Relaciones públicas y comerciales USA & Canada (Agencias, representación, atenciones, hospedajes, tours, actividades, alojamiento, redes de prensa, agencias de representación, gastos de logística, producción y operación, entre otros).	\$3,800,000.00
Acciones Comerciales y de Relaciones públicas Europa (Agencias, representación, atenciones, hospedajes, tours, actividades, alojamiento, redes de prensa, agencias de representación, gastos de logística, producción y operación, entre otros).	\$2,450,000.00
Acciones Relaciones públicas y comerciales LATAM (Agencias, representación, atenciones, hospedajes, tours, actividades, alojamiento, redes de prensa, agencias de representación, gastos de logística, producción y operación, entre otros).	\$2,450,000.00
Materiales Promocional	\$1,800,000.00
Promoción y Publicidad en medios especializados en Turismo de Reuniones.	\$1,400,000.00
TOTAL:	\$81,500,444.00

#YucatánEsColor yucatan.travel

VI. ASUNTOS GENERALES




Presupuesto Fideicomiso para la Promoción y Fomento al Desarrollo Turístico y Económico del Estado de Yucatán 2023 (Tabla 2 de 2)

Inversión para la implementación de las acciones de las Direcciones adjuntas a la Subsecretaría de Inteligencia de Mercados y Promoción Turística	\$4,000,000.00
Guía Gastronómica Mundial Michelin en Yucatán, gastos inherentes.	\$3,170,000.00
Logística, gestión, producción y operación de Yucatan TravelMart 2023	\$4,830,000.00
Acciones de Promoción y Fomento en Ferias Internacionales (Feria de Anso, Jata, Love Mexico, Waste Jet Travel Trade, Expo, WTM, OTM, etc)	\$2,890,307.00
Gastos en programas Gastronómicos y Caravanas Turísticas en México.	\$4,500,000.00
Acciones de Promoción y Fomento en Norteamérica, Europa y LATAM) Programa Toca Puertas, Reencuentro con raíces, etc.	\$1,800,000.00
Acciones de Promoción y Fomento en Latinoamérica, Europa y LATAM) Programa Toca Puertas, Reencuentro con raíces, etc.	\$1,800,000.00
Mantenimiento, hosting, mejoras, actualizaciones y creación de micrositios por segmentos en sitio web (incluye traducciones, compra/renovación de dominios, cuentas de correo y certificados de seguridad, etc.)	\$2,800,000.00
Acciones estratégicas para la promoción y publicidad turística de Yucatán en plataformas digitales México, USA y Canadá	\$4,800,000.00
Acciones estratégicas para la promoción y publicidad turística de Yucatán en plataformas digitales Europa y Latinoamérica	\$3,500,000.00
Campañas, Acciones publicitarias y de promoción y alianzas estratégicas con socios comerciales para LATAM	\$7,000,000.00
Campañas, Acciones publicitarias y de promoción y alianzas estratégicas con socios comerciales para LATAM	\$3,940,000.00
Acciones publicitarias, creación, desarrollo de plan de medios Off Line y para publicitarla y demás publicidad en medios tradicionales.	\$4,800,000.00
Alianzas estratégicas de promoción y publicidad con socios comerciales para mercados nacionales tradicionales, stands eventos masivos, ferias, envíos, impresión en gran formato, pantallas, producciones, montajes, entre otros).	\$4,000,000.00
Acciones de Promoción y Fomento en Ferias Internacionales, BTL (No tradicionales + marketing de guerrilla, "photo opportunity", vestido aeropuertos, pantallas digitales, activaciones e intervenciones en ubicaciones estratégicas, etc)	\$5,100,000.00
Acciones de Promoción y Fomento en Ferias Internacionales, BTL (No tradicionales + marketing de guerrilla, "photo opportunity", vestido aeropuertos, pantallas digitales, activaciones e intervenciones en ubicaciones estratégicas, etc)	\$5,850,000.00
Estrategia Creativa, Diseño Grafico, Levantamiento y Producción de Material Audiovisual y gráfico, ejecución de video y gestión filmica.	\$8,750,000.00
TOTAL:	\$72,837,697.50
GRAN TOTAL (TABLAS 1 Y 2):	\$154,338,141.50

#YucatánEsColor yucatan.travel

VII. CLAUSURA DE LA SESIÓN

