



ACTA DE LA SESIÓN ORDINARIA DEL COMITÉ TÉCNICO DEL FIDEICOMISO DE ADMINISTRACIÓN E INVERSIÓN PARA LA PROMOCIÓN Y FOMENTO AL DESARROLLO TURÍSTICO Y ECONÓMICO DEL ESTADO DE YUCATÁN DE FECHA 22 DE FEBRERO DE 2017, 10:00 HORAS, EN EL HOTEL FIESTA INN DE ESTA CIUDAD-----

--- EN LA CIUDAD DE MÉRIDA, CAPITAL DEL ESTADO DE YUCATÁN, ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, siendo las diez horas con diez minutos del día veintidós de febrero del año dos mil diecisiete, se reunieron en la sala de juntas del Hotel Fiesta Inn, ubicado en la Calle 5-B No. 290 A por calle 20 - A y por calle 60 Col. Revolución, Mérida, Yucatán. CP 97115, las siguientes personas:

- I. El Ing. Juan Gabriel Sánchez Álvarez, Director de la Unidad de Gestión de la Inversión de la Secretaría de Administración y Finanzas y suplente del C. Secretario de Administración y Finanzas del Gobierno del Estado de Yucatán, en su calidad de Presidente del Comité Técnico del Fideicomiso y miembro Propietario.-----
- II. El Lic. Saúl Martín Ancona Salazar, Secretario de Fomento Turístico del Gobierno del Estado de Yucatán, Secretario Ejecutivo del Fideicomiso y miembro propietario.-----
- III. El Ing. Joaquín Enrique Mier y Terán Puerto, Director de la Dirección General de Fomento y Desarrollo Empresarial de la Secretaría de Fomento Económico del Gobierno del Estado de Yucatán, y suplente del C. Secretario de Fomento Económico del Gobierno del Estado de Yucatán, el Licenciado Ernesto Herrera Novelo, en calidad de su miembro propietario.-----
- IV. La C.P. Ofelia Elena Ricalde Onofre, Directora de Recaudación de la Agencia de Recaudación Fiscal de Yucatán, y suplente del C.P. Carlos Manuel de Jesús Pasos Novelo, Director General de la Agencia de Administración Fiscal de Yucatán, en su calidad de miembro propietario.-----
- V. El T.H. Jorge Escalante Bolio, Presidente del Consejo Empresarial Turístico del Estado de Yucatán, en su calidad de miembro propietario.-----
- VI. El C.P. Ricardo Elías Dájer Nahúm, Presidente de la Cámara Mexicana de Hoteles en Yucatán A.C., en su calidad de miembro propietario.-----
- VII. El C. Richard Westell, en representación de los Hoteles de Gran Turismo, en su calidad de miembro propietario.-----
- VIII. El C. Armando Casares Espinosa, Presidente de la Asociación de Agencias Promotoras de Turismo de Yucatán, A.C., en su calidad de miembro propietario.-----
- IX. El Lic. Manuel Jesús Quintal Franco, Coordinador Territorial Fiduciario, Banco Mercantil del Norte, S.A. en su calidad de invitado.-----
- X. El Lic. César Enrique Ferreyro Rosado, Secretario de Actas y Acuerdos del Comité Técnico del Fideicomiso.-----

Handwritten signatures and initials on the right margin, including a large blue circle, an 'X', a signature, a '9', a signature, a '4', a signature, and a signature.

Handwritten signatures and initials at the bottom of the page, including a signature, a signature, a signature, and a signature.



FIPROTUY

Fideicomiso de Promoción y Fomento al Desarrollo Turístico y Económico del Estado de Yucatán



Ven por todo

- XI. C.P. Silvia Leticia González Osorio, Directora de Administración y Finanzas de la Secretaría de Fomento Turístico, en su calidad de invitada.-----
- XII. El L.E. Raúl Alejandro Paz Noriega, Director de la Unidad de Planeación, Evaluación y Seguimiento de la Secretaría de Fomento Turístico del Gobierno del Estado de Yucatán, en su calidad de invitado.-----
- XIII. El C.P. Carlos Hernán Salazar Heredia , Contralor Interno de la Secretaría de la Contraloría General del Gobierno del Estado de Yucatán, en su calidad de invitado.-----

---La presente reunión se realiza, en virtud de haber sido convocada por el M.C. Alfredo Dájer Abimerhi, Secretario de Administración y Finanzas del Gobierno del Estado de Yucatán, en su calidad de Presidente Propietario, para celebrar la Primera Sesión Ordinaria del Comité Técnico del Fideicomiso número 73630-4 de Administración e Inversión para la “Promoción y Fomento al Desarrollo Turístico y Económico del Estado de Yucatán” la cual se lleva a cabo de conformidad al siguiente:

----- **ORDEN DEL DÍA** -----

- I. Lista de asistencia.
- II. Verificación del quórum legal.
- III. Aprobación del Orden del Día y Declaración de Apertura de la Sesión.
- IV. Presentación del Plan de Inversión en Materia de Promoción Turística para 2017 y en su caso de aprobación.
- V. Asuntos Generales.
- VI. Clausura.

----- **DESARROLLO DE LA SESIÓN** -----

--- En cumplimiento del **PRIMER PUNTO** del Orden del Día, el Presidente del Comité Técnico, solicitó la dispensa del pase de lista por encontrarse la totalidad de los integrantes miembros del Comité Técnico del Fideicomiso mismos que han sido relacionados con anterioridad en el proemio de la presente acta, alzando la mano aprueban por unanimidad los presentes miembros.-----

--- En lo referente al **SEGUNDO PUNTO** del Orden del Día, el Licenciado César Enrique Ferreyro Rosado, Secretario de Actas y Acuerdos del Comité Técnico del Fideicomiso, en vista de encontrarse más de cinco miembros propietarios declara que con fundamento en la Fracción II **FUNCIONAMIENTO** numeral 1 del Convenio Modificatorio del Fideicomiso 73630-4, suscrito el 25 de julio de 2014 entre el Gobierno del Estado y el Banco Mercantil del Norte, S.A., existe quórum legal para la celebración de la sesión.-----

(Handwritten signatures and initials)



FIPROTUY

Fideicomiso de Promoción y Fomento al Desarrollo
Turístico y Económico del Estado de Yucatán



--- En lo que respecta al **TERCER PUNTO** del Orden del Día, el Lic. César Enrique Ferreyro Rosado, Secretario de Actas y Acuerdos del Comité Técnico, procedió a dar lectura del Orden del Día que se encuentra en la convocatoria de la presente sesión y somete a aprobación de los miembros propietarios, quienes de manera unánime alzan la mano reflejando su aprobación.-----

Por lo que se declara iniciada la Sesión Ordinaria del Fideicomiso.-----

--- En cumplimiento y desahogo del **CUARTO PUNTO** del Orden del Día y haciendo uso de la palabra, el Secretario Ejecutivo del Fideicomiso el Lic. Saúl Martín Ancona Salazar, presenta el Plan de Inversión en Materia de Promoción Turística para el 2017, que consta de los siguientes puntos:

1. Consolidación para el Centro Internacional de Congresos;
2. Campaña Nacional de Promoción Turística;
3. Campaña de Mercadotecnia Digital;
4. Agencia Creativa y de Relaciones Públicas;
5. Cooperativo con Líneas Aéreas Internacionales;
6. Estrategia de Conectividad;
7. Proyecto Especial "Rock & Roll Maratón 2017"; y
8. Resumen del Plan de Inversión para Promoción y Publicidad 2017.

Sin embargo, señala también el Secretario Ejecutivo del Fideicomiso que este plan podrá ser modificado o ajustado en el transcurso del año, de acuerdo a las necesidades que surjan, no siendo riguroso en su aplicación.-----

---Respecto del primer punto de la **Consolidación del Centro Internacional de Congresos**, el Secretario Ejecutivo del Fideicomiso y continuando con el uso de la voz, menciona que se está desarrollando la estrategia de comercialización del Centro Internacional de Congresos, que cubre los siguientes puntos:

1. Nómina del equipo de comercialización;
2. Producción del material promocional para la venta del Centro Internacional de Congresos de Yucatán;
3. Presentación de la marca del CIC con socio estratégico;
4. Estudios de comercialización y rentabilidad financiera; y
5. Organización y ejecución del evento de lanzamiento y promoción del Centro Internacional de Congresos de Yucatán en la Ciudad de México.-----

---Entre los antecedentes, en relación con años pasados para 2016 la OCC Yucatán tuvo un incremento del 114% en el número de eventos ganados en comparación con el año 2015 y al cierre del año 2016 se logró superar en 19% la derrama económica reportada en 2015, siendo este año el más alto de los últimos cuatro. De igual forma, hubieron 45 eventos gestionados y ganados por el equipo de ventas de la OCC Yucatán de Enero a Diciembre 2016 de los cuales: 21 se realizaron en el año 2016, 20 se realizarán en el año 2017, 3 se realizarán en el año 2018 y uno se realizará en el año 2019; entre los



FIPROTUY

Fideicomiso de Promoción y Fomento al Desarrollo
Turístico y Económico del Estado de Yucatán



Ven por todo

cuales son 16 Congresos médicos y salud, 11 eventos corporativos, 11 Congresos de Ciencias exactas, 1 Congreso de Ciencias Sociales, 3 Eventos religiosos, 1 Evento cultural, 1 Encuentro deportivo y 1 Congreso estudiantil. Asimismo, 59 eventos se refirieron confirmados para Yucatán y solicitaron apoyo para ser asistidos por el equipo de atención a eventos de la OCC Yucatán, el reporte de los eventos generados por el equipo de ventas de la industria hotelera de Yucatán arroja 127 eventos realizados, equivalente a una derrama económica de 134.2 millones de pesos.-----

---Ahora bien, las acciones de comercialización de algunos eventos asociativos, internacionales, corporativos y médicos son las siguientes:

1. Asociativo: Vinculación con universidades, impulso a la atracción del sector deportivo y educativo y afinación del perfil de grupos por vocación estatal.
2. Corporativo: Segmentación de cuentas por industria, atracción de eventos multinivel, alianza con GBTA, Blitz Ciudad de México- Cuentas Hoteleras y comercialización de incentivos.
3. Internacional: Reactivación de ferias internacionales, explotación base datos ICCA, alianza con IBTM LATAM, Creación de embajadores locales (Mérida y México) y trabajo en conjunto con PCOs y DMCs.
4. Médico: Reforzamiento de instituciones locales, Regreso de congresos (4 años atrás), atracción de nuevas especialidades, eventos médicos con relación internacional y reforzar relación con laboratorios.-----

---Por otro lado, continuando con el uso de la voz el Lic. Saúl Martín Ancona Salazar respecto del tema del desarrollo de los elementos de promoción del nuevo Centro Internacional de Congresos de Yucatán, menciona que podrían ser consultados y operados por cualquier usuario interesado en promocionar el recinto o en adquirir los servicios del mismo por lo que se realizarán las siguientes acciones: a) desarrollo de un video comercial del CIC que contenga recorridos virtuales dentro de los espacios del recinto acondicionados con montajes de eventos que usualmente ocupan: Congresos, Exposición, Banquete, Coctel, Registro, etc; b) elaboración de una página web para el recinto, que permita una comunicación efectiva y la consulta de información técnica de los espacios y capacidades; c) elaboración de aplicación móvil con tour virtual y d) elaboración de renders y levantamiento de una maqueta digital del CIC.-----

---De igual forma, el Secretario Ejecutivo del Fideicomiso hace la presentación del logo que llevará el Centro Internacional de Congresos y la gama de colores que será aplicada en el mismo, y menciona la alianza comercial que se tendrá con Samsung por el tema del convenio de comercialización para potencializar el Centro Internacional de Congresos. Asimismo, se contratará un despacho para el desarrollo de la plaza comercial y elaboración de un plan de negocios que tendrá 3 etapas que se mencionan a continuación: Etapa I Recopilación y análisis de la información proporcionada; Etapa II Modelo financiero; y Etapa III Elaboración del plan de negocios que se espera que tenga beneficios a corto, mediano y largo plazo, y en qué año podrá ser rentable. Esta contratación será debido a que también se está desarrollando una plaza comercial en el recinto y se pretende darle un manejo adecuado del mismo.-----

(Handwritten signatures and initials)



FIPROTUY

Fideicomiso de Promoción y Fomento al Desarrollo
Turístico y Económico del Estado de Yucatán



--- Se tiene previsto que la Semana de Yucatán en México inicie el viernes 19 de mayo del presente año, por lo que hay un lanzamiento programado del Centro Internacional de Congresos en la Explanada del Campo Marte de la Ciudad de México, en donde asistirán alrededor de 700 personas y también se dará a conocer la alianza con Samsung; si hubiera alguna contingencia no debe pasar antes del 15 de junio del presente año para hacer la presentación oficial.-----

---Por otra parte, en el punto 2. **Campaña Nacional de Promoción Turística**, con el propósito de consolidar a Yucatán como un multi-destino se propone, mediante el proceso de adquisición que corresponda, la contratación de diversos medios especializados por segmento: Revistas al consumidor A, B y C+, pantallas y vallas digitales en puntos fijos y estratégicos, cine minutos y menciones en radio, que tengan impacto en la Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Cancún-Riviera Maya, Villahermosa. Veracruz y Tuxtla Gutiérrez. De forma adicional, se contempla complementar acciones con la campaña de mercadotecnia digital, relaciones públicas y los convenios nacionales del estado de Yucatán con medios masivos. Se está en espera de saber cuál será la cantidad de este año como aportaciones adicionales que entregará la Secretaría de Administración y Finanzas a la Secretaría de Fomento Turístico.-----

---Ahora bien, el Lic. Ancona Salazar presenta una propuesta de plan de medios. Esta estrategia de medios y análisis de mercado tienen como objetivos reforzar y posicionar a Yucatán como destino cultural, arqueológico, de naturaleza y con una oferta gastronómica única; posicionar a Yucatán como un multi-destino que ofrece experiencias, concentrar acciones hacia el segmento de mercado A, B, y C+ y focalizar esfuerzos en los segmentos de mercado como lujo, romance, congresos y convenciones y leisure. Asimismo, los segmentos estratégicos principales a enfocarse durante 2017 son la cultura y aventura, gastronomía y lujo. Los objetivos de esta estrategia son: 1.- Posicionar a Yucatán como un multi-destino que ofrece experiencias; 2.- Incrementar el awareness y share of mind y 3.-Construir lealtad hacia la marca a corto, mediano y largo plazo, respectivamente. Además la estrategia mediática será mediante exposiciones de mensajes publicitarios en medios de alto impacto, del periodo comprendido de marzo a diciembre de 2017, cobertura con énfasis en los mercados emisores y potenciales y la estacionalidad que se refiere a la planeación y compra de medios en puentes y principales temporadas vacacionales.-----

---De igual forma, y continuando el mismo tema el Lic. Saúl Martín Ancona Salazar, señala que los mercados prioritarios son la Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Tijuana y Cancún/Playa del Carmen. En estas entidades se busca fortalecer la presencia de la marca ya que son los mercados prioritarios, comunicar los valores de la marca, incremento en programas cooperativos, con la finalidad de multiplicar los esfuerzos de promoción y presencia en conjunto con nuestros socios, hacer sinergia con acciones de RP y BTL, realizar los elementos diferenciadores del destino y utilizarlos como productor turísticos únicos, utilizar medios de comunicación masiva para lograr mayor cobertura y alcance y selección de ubicaciones que cumplan con el criterio de máxima afinidad. La Plataforma de Comunicación se dará a través de pantallas digitales, indoor y outdoor (autobuses y centrales), revistas (Food and travel, travesías, Gatopardo, Entrepreneur, etc.), mobile, cineminutos y alianzas estratégicas con viajes Palacio del Palacio de Hierro.-----



FIPROTUY

Fideicomiso de Promoción y Fomento al Desarrollo Turístico y Económico del Estado de Yucatán



Ven por todo

---La propuesta de distribución Yucatán Nacional será por un total de \$15'080,000.00 M.N incluyendo el IVA.-----

--- En conclusión al tema anterior, los medios seleccionados se basan en una comunicación masiva para un mayor impacto con el público objetivo, generando la recordación y alcance de la marca; se seleccionaron ubicaciones acorde al criterio de máxima afinidad, buscando destacar los elementos diferenciadores del destino; la mezcla de medios puede ajustarse en función de las ofertas finales de los medios y oportunidades promocionales a consideración del Fideicomiso de Promoción Turística de Yucatán; todos los medios seleccionados son susceptibles de formar parte de la campaña cooperativa con el Consejo de Promoción Turística de México con la oportunidad de ampliar los recursos y en particular con Viajes Palacio, que nos garantiza tener cuando menos un valor comercial del 150% mayor al de la inversión realizada; en todos los casos se acompañará a las comprobaciones y/o testigos de cada uno de los medios que se comprarán, copia de la factura de los mismos como medida de transparencia.-----

---De la misma manera, continuando con el uso de la voz el Lic. Saúl Martín Ancona Salazar menciona como punto 3. **la Campaña de Mercadotecnia Digital**, que consistiría en contar con una empresa de mercadotecnia digital que represente a la Secretaría de Fomento Turístico del Gobierno del Estado de Yucatán para las labores de comunicación, posicionamiento como destino turístico y publicidad de Yucatán. Contempla también, la implementación de estrategias de promoción digital y adquisición de servicios con socios estratégicos. Contempla además, la implementación de estrategias de promoción digital que incluirá medios electrónicos, internet y redes sociales como: Facebook, Instagram y twitter.-----

---Por otro lado, y con relación al punto 4. **Agencia Creativa y Relaciones Públicas**, se pretende contratar a una agencia creativa para consolidar a Yucatán como un destino turístico, familiar, de descanso, negocios y de placer en el mercado nacional, así como diferenciar al destino dando a conocer sus atractivos y oferta turística única dirigiendo acciones de relaciones públicas para un viejo sofisticado e incrementar su interés por visitar el destino como lo son: viajes de familiarización, conferencias y comunicados de prensa, boletines de prensa y electrónicos, eventos especiales, manejo de programa de crisis y potencialización de la apertura del CIC; las herramientas a utilizar de ventas son: trípticos, flyers, brochures, anuncios de revista, anuncios para prensa y material institucional.----

---Por otra parte, relativo al punto 5. **Plan de Inversión de Promoción Turística 2017**, Cooperativo con líneas aéreas internacionales se referirá a una aportación del convenio multianual con la aerolínea BLUE PANORAMA, con la finalidad de consolidar el crecimiento de la actividad turística del estado de Yucatán para el mercado europeo. Dicha aportación será destinada a campañas de marketing las cuales comprenden: medios escritos, boletines electrónicos, acciones de relaciones públicas y la presencia en el mercado italiano a través de medios de la aerolínea.-----

---Continuando con el uso de la voz el Lic. Saúl Martín Ancona Salazar, y mencionando el siguiente punto del Plan de Inversión Turística de la **Estrategia de Conectividad**, misma que se realizará en coordinación con Grupo Asur, quien desarrollará un estudio especializado de conectividad que permita mantener, incrementar y optimizar la conectividad aérea de Mérida, para lo cual se requiere

Handwritten initials and a large circular mark.

Handwritten signature.

Handwritten initials.

Handwritten initials.

Handwritten initials.

Handwritten initials and a circled 'd'.



FIPROTUY

Fideicomiso de Promoción y Fomento al Desarrollo
Turístico y Económico del Estado de Yucatán

YUCATÁN
Ven por todo

desarrollar una estrategia de influencia proactiva que apunte al proceso de toma de decisiones de las aerolíneas para atraer aquellas que identifiquen a Yucatán por su fortaleza como destino y su valor comercial de corto, mediano y largo plazo. Esta decisión se tomó con base a qué Grupo Asur es el que opera los aeropuertos y además ya tiene toda la información del estudio, lo único que se necesita es darle forma y se entregaría en noviembre de 2017 para que el sector empresarial conozca que se espera de Yucatán con el tema de conectividad y de los beneficios a 1,3 y 5 años y con un ahorro de casi ochocientos mil pesos que si lo hiciera un despacho internacional.-----

---Por otro lado, el **Proyecto Especial Rock & Roll Maratón 2017** servirá para seguir consolidando a Yucatán como destino líder en turismo deportivo, así como para detonar una derrama económica importante para el segmento turístico y un posicionamiento de marca Yucatán a nivel nacional e internacional. Cabe aclarar que este año hubo un recorte en el presupuesto central de la Secretaría de Fomento Turístico y se pone a consideración del Comité Técnico del presente Fideicomiso pagar una parte del maratón con recursos del propio fideicomiso. A su vez, se ha tenido pláticas con Lourdes Berho, Directora del Consejo de Promoción Turística de México y si este organismo accede nos podremos ahorrar el 50 % de lo que se está solicitando para este evento.-----

---Por consiguiente, el monto total del Plan de Inversión de Promoción Turística es de \$38'708,000.00 (este presupuesto no incluye las Aportaciones adicionales previstas para promoción del destino con recursos de la Secretaría de Administración y Finanzas), que se distribuye de la siguiente forma:

1. Consolidación CIC Yucatán.- (\$7'000,000.00 M.N.)
2. Campaña Nacional de Promoción Turística.- (\$13'000,000.00 M.N., le falta el IVA)
3. Campaña de Mercadotecnia Digital.- (\$2'600,000.00 M.N.)
4. Agencia Creativa y Relaciones Públicas.- (\$1'500,000 M.N.)
5. Cooperativo con Líneas Aéreas Internacionales.- (\$5'388,000.00 M.N.)
6. Estrategia de Conectividad.- (220,000.00 M.N.)
7. Rock and Roll Mérida ½ Maratón (9'000,000.00 M.N. con la posibilidad de que solo se tenga que dar el 50 % ya que el otro 50 % lo daría el Consejo de Promoción Turística de México si lo aprueba)-----

---Continuando con este punto del Orden del Día, el Lic. Saúl Martín Ancona Salazar abre un espacio de preguntas y respuestas sobre el tema, por lo que se le da el uso de la voz a C. Richard Westell, en representación de los Hoteles de Gran Turismo, que señala que las revistas y autobuses es un medio obsoleto y no se podría medir la efectividad aún y cuando funcione, considera que se debe invertir más en medios digitales ya que es más fácil medir su efectividad como el Facebook y twitter.-----

---Ahora bien, continuando con la etapa de preguntas y comentarios se le da el uso de la voz al T.H. Jorge Escalante Bolio, Presidente del Consejo Empresarial Turístico del Estado de Yucatán quien señala primero que ojalá se pudiera conseguir el apoyo del Maratón y quisiera conocer el beneficio y la derrama económica que produce el evento, y en caso de que se consiguiera algún tipo de ahorro que se invirtiera en la consolidación del Centro Internacional de Congresos, ya que es importante posicionarlo ya que la derrama económica va a ser mayor en que el cualquier otro tipo de evento. Por



FIPROTUY

Fideicomiso de Promoción y Fomento al Desarrollo
Turístico y Económico del Estado de Yucatán

YUCATÁN
Ven por todo

otro lado, con respecto a la Campaña de relaciones públicas manejar viajes de familiarización y especialistas en el tema, propone que más que anuncios hayan contenidos, que se hagan entrevistas y se comuniquen a la gente de las experiencias que se pueden vivir en un viaje a Yucatán. De igual forma, señala que la capacitación de los agentes de viajes hay que enseñarles el destino y como venderlo.-----

---Por otra parte, se le da el uso de la voz al C. Armando Casares Espinosa, Presidente de la Asociación de Agencias Promotoras de Turismo de Yucatán y menciona respecto del tema de Viajes Palacio, que le parece que se deberá analizar la cantidad a invertir para este proyecto, y comenta que cuando él participó hace años en el Fideicomiso, se hizo un cálculo sobre las ganancias y se optó por dejar de hacerlo ya que no dejaba grandes beneficios. Igualmente menciona que lo que se logre invertir de más en el Centro Internacional de Congresos estaría muy bien y está de acuerdo con el comentario del C. Richard Westell de que las revistas y autobuses ya son un medio de publicidad obsoleto.-----

---Asimismo, se le concede el uso de la voz al C.P. Ricardo Elías Dájer Nahum, Presidente de la Cámara Mexicana de Hoteles en Yucatán A.C., que en primera cuenta menciona que el Rock & Roll Maratón debe tener un análisis costo-beneficio para poder conocer los mismos y no se puede negar que es atractivo y que ha logrado posicionarse el evento, pero la cantidad de 9 millones de pesos es bastante, y si valdría la pena hacer ese análisis y ojalá que se pueda realizar el evento pero a un precio razonable. Cambiando de tema, y en referencia a la plataforma de Airbnb afirma que hay que discernir entre actividades de carácter civil y mercantil, y esta última es un alojamiento temporal y se tiene que enterar el ISR y el IVA, está creciendo cada vez más pero que paguen impuestos como lo hacen los hoteleros, es notorio que ya varios hoteles están subiendo a la plataforma las ofertas de sus hoteles. Asimismo, señala que estuvo en un desayuno en Monterrey donde se mostró el video de Chayanne que anuncia a Yucatán y la percepción es que fue todo un éxito esa campaña y cree que tuvo más impacto que la campaña de los Ángeles Azules del año pasado.-----

---Ahora bien, toma el uso de la voz el Lic. Saúl Martín Ancona Salazar, y señala que tomó nota de todas las inquietudes de los miembros del Comité, primero menciona que los 13 millones de pesos en el tema de las terminales y autobuses se podrían determinar los montos por rubro, lo que parece bien a los miembros del Comité. En el tema de las revistas, menciona que cree que si se debería de continuar un poco con la presencia en los medios tradicionales, y está de acuerdo con el comentario del C. Richard Westell que sea este tipo de publicidad de forma más digital, pero que se le permita revisar que se puede hacer con la campaña de mercadotecnia digital de \$2'600,000.00 pesos. Por otro lado, con el tema de la parte digital, señala que si se podrían poner muchos más de cientos de miles de pesos, para ir comprando contenidos ya que han funcionado mucho, comenta que se podría ir creciendo con banners, en el portal de Reforma que es el más leído en México, o en algunos otros. Hace unos años empezamos con 500 mil pesos de inversión en estos temas, les pediría a los miembros de este Comité, la posibilidad de considerar un poco el tema de las revistas, ya que es un importante medio de comunicación y no habría porque descartarlo completamente. De igual forma, respecto de tema del Rock & Roll Maratón el Lic. Ancona Salazar coincide con el Contador Dájer, y menciona que ya se solicitó un reporte de costo-beneficio del proyecto, para conocer cuál fue la



FIPROTUY

Fideicomiso de Promoción y Fomento al Desarrollo Turístico y Económico del Estado de Yucatán

YUCATÁN
Ven por todo

derrama económica en general, y que se les hará llegar a los integrantes de este Comité lo más pronto posible.-----

---Asimismo, se aclara que la capacitación se realizará desde el presupuesto central, y no con dinero del Fideicomiso para que el dinero que se recauda se gaste en contenidos de publicidad. En cuanto a la publicidad en Viajes Palacio, menciona que él ha estado igual muy renuente con el tema y que no se dará a Viajes Palacio 13 millones de pesos, que también vamos a revisar el tema para modificarlo y ver hasta donde se les puede pagar con un reporte por escrito; en este punto esclarece que se refiere a todo el grupo de Palacio de Hierro, para que la publicidad se encuentre en Santa Fe, Monterrey con los anuncios de “Ven a Yucatán”, “El destino de bodas del Palacio de Hierro es Yucatán”, “La mejor gastronomía se prueba en el Palacio de Hierro”, etc.-----

---Con relación al tema de la plataforma de Airbnb, señala el Lic. Ancona Salazar que es momento de hablar con el contador Carlos Pasos y a la Secretaría de Administración y Finanzas para que se pueda realizar una reunión preparativa e invitar a la Cámara Hotelera para que se tenga una reunión para tratar el tema y conseguir una solución. Por otro lado, con respecto al tema de TAR se continúa haciendo una planeación y proyección de rutas, en el evento del Foro Nacional de Turismo le dijeron al Gobernador que probablemente empezarán con la ruta Mérida-Chetumal. Ahora bien, se le da el uso de la voz al Contador Dájer que propone la ruta Palenque Mérida; y a su vez el Secretario Ejecutivo señala que en su lógica quedaría mejor Chichén Itzá- Cozumel pero todavía se está trabajando en el tema. Por último, menciona que la campaña de Chayanne salió de los recursos etiquetados de la Secretaría de Administración y Finanzas del Fideicomiso; y que quede en acta que parte de las aportaciones adicionales que la SAF le dé al Fideicomiso serán para contratar otro talento para campaña de publicidad en lo que queda del año; se podría pensar en un Chayanne segunda parte debido al buen resultado que tuvo la campaña.-----

Finalmente, con base a todo lo mencionado, el resumen del Plan de Inversión para la Promoción y Publicidad 2017, se hacen los siguientes comentarios:

1. La Campaña Nacional de Promoción Turística tendrá un valor de 13 millones de pesos + IVA sujeto a cambios y adecuación en el año.
2. Reducir la cantidad de dinero de inversión a la Central de Autobuses y a los autobuses.
3. Campaña de Mercadotecnia Digital se queda en el mismo monto.
4. El Rock & Roll Maratón quedaría a consideración la cantidad que se aportará hasta lograr una negociación con el Consejo de Promoción Turística de México respecto de la cantidad de dinero que podría aportar al proyecto.
5. Enviar a los miembros del Comité un informe de resultados del maratón para la autoevaluación del proyecto y revisar si vale la pena invertir en el mismo.
6. Solicitar una re planeación del proyecto del Maratón para verificar los alcances y resultados y buscar economías que se pudieran invertir en otros proyectos de mayor magnitud.
7. De los ahorros que puedan darse del Maratón, se autorizaría que el saldo se invierta en la consolidación del Centro Internacional de Congresos en lo que se refiere a temas de Promoción y Comercialización.



FIPROTUY

Fideicomiso de Promoción y Fomento al Desarrollo Turístico y Económico del Estado de Yucatán



Ven por todo

---En desahogo del **QUINTO PUNTO** del Orden del Día, el Secretario Ejecutivo del Fideicomiso continúa con el uso de la voz e informa que de los proyectos adicionales de promoción turística que se tienen programados para pagar con las aportaciones adicionales son los siguientes: 1.- Publicidad en la revista Turismo 2016 (Mercado Nacional) y publicidad en la revista Travel Life (Mercado Canadá) por la cantidad de \$550,000.00 M.N. -----

---Desahogando el **SEXTO PUNTO** del Orden del Día, el Presidente del Comité Técnico señaló que no habiendo más asuntos que tratar se dio por concluida la presente, siendo las once horas con cuarenta y nueve minutos del día de su emisión, levantándose la presente acta que firman todos los que en ella intervinieron.-----

----- **ACUERDOS** -----

- I. El Plan de Inversión en Materia de Promoción y Publicidad Turística para 2017 queda aprobado por unanimidad de votos por los integrantes del Comité Técnico, con las siguientes anotaciones:
 - 1. La Campaña Nacional de Promoción Turística para 2017 será por un monto de 13 millones de pesos más IVA, debiendo dar inicio con el proceso de adquisición respectivo.
 - 2. El proyecto del Rock & Roll Mérida ½ Marathon queda aprobado en lo general sujeto a las siguientes condiciones:
 - a) Se deberá enviar a los miembros del Comité Técnico el informe de resultados de la pasada edición para su evaluación.
 - b) Se deberá informar del resultado de las negociaciones con el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) respecto a la participación y/o apoyo de este organismo en dicho evento.
 - c) En caso de presentarse reducciones en el monto de la aportación del Fideicomiso a este evento, dicho recurso deberá destinarse al rubro de Consolidación del Centro Internacional de Congresos de Yucatán.-----

**FIRMAS
MIEMBROS PROPIETARIOS**

ING. JUAN GABRIEL SÁNCHEZ ÁLVAREZ

Director General de la Unidad de Gestión de la Inversión de la Secretaría de Administración y Finanzas y suplente del C. Secretario de Administración y Finanzas, en su calidad de miembro propietario.

LIC. SAÚL MARTÍN ANCONA SALAZAR

Secretario de Fomento Turístico del Gobierno del Estado, en su calidad de miembro propietario.



FIPROTUY

Fideicomiso de Promoción y Fomento al Desarrollo Turístico y Económico del Estado de Yucatán

YUCATÁN
Ven por todo

ING. JOAQUÍN ENRIQUE MIER Y TERÁN PUERTO

Director de la Dirección General de Fomento y Desarrollo Empresarial de la Secretaría de Fomento Económico, y suplente del Lic. Ernesto Herrera Novelo, Secretario de Fomento Económico del Gobierno del Estado, en su calidad de miembro propietario.

T.H. JORGE ESCALANTE BOLIO

Presidente del Consejo Empresarial Turístico del Estado de Yucatán, en su calidad de miembro propietario.

C.P. OFELIA ELENA RICALDE ONOFRE

Directora de la Dirección de Recaudación de la Agencia de Administración Fiscal de Yucatán, y suplente del C.P. Carlos Manuel de Jesús Pasos Novelo, Director General de la Agencia de Administración Fiscal de Yucatán, en su calidad de miembro propietario.

C.P. RICARDO ELÍAS DAJER NAHÚM

Presidente de la Cámara Mexicana de Hoteles en Yucatán, en su calidad de miembro propietario.

C. RICHARD WESTELL

Por los Hoteles Gran Turismo, en su calidad de miembro propietario.

C. ARMANDO CASARES ESPINOSA

Presidente de la Asociación de Agencias Promotoras de Turismo de Yucatán, A.C., en su calidad de miembro propietario.

LIC. CÉSAR ENRIQUE FERREYRO ROSADO

Secretario de Actas y Acuerdos del Fideicomiso número 73630-4 de Administración e Inversión para la "Promoción y Fomento al Desarrollo Turístico y Económico del Estado de Yucatán.

LIC. MANUEL JESÚS QUINTAL FRANCO

Coordinador Territorial Fiduciario, Banco Mercantil del Norte, S.A., en su calidad de miembro propietario.



FIPROTUY

Fideicomiso de Promoción y Fomento al Desarrollo
Turístico y Económico del Estado de Yucatán



**FIRMAS
MIEMBROS INVITADOS**

C.P. SILVIA L. GONZÁLEZ OSORIO

Directora de Administración y Finanzas de la Secretaría de Fomento
Turístico.

L.E. RAÚL A. PAZ NORIEGA

Director de la Unidad de Planeación,
Evaluación y Seguimiento de la Secretaría de Fomento Turístico del
Gobierno del Estado de Yucatán.

C.P. CARLOS H. SALAZAR HEREDIA

Contralor Interno de la Secretaría
de la Contraloría General del Gobierno del Estado de Yucatán.

LAS FIRMAS QUE ANTECEDEN CORRESPONDEN AL ACTA DE LA SESIÓN ORDINARIA DEL COMITÉ TÉCNICO DEL FIDEICOMISO DE ADMINISTRACIÓN E INVERSIÓN PARA LA "PROMOCIÓN Y FOMENTO AL DESARROLLO TURÍSTICO Y ECONÓMICO DEL ESTADO DE YUCATÁN", CELEBRADA EL DÍA VEINTIDOS DE FEBRERO DEL AÑO DOS MIL DIECISIETE. LA CUAL CONSTA DE DOCE FOJAS ÚTILES ESCRITAS SOLO POR EL ANVERSO, INCLUYENDO ESTA.