

## INFORME

### Participación del Estado de Tabasco en FITUR – Madrid

#### I. Objetivo de la participación

La participación del Estado de Tabasco en FITUR tuvo como objetivo posicionar al estado como un destino turístico competitivo a nivel internacional, destacando su identidad cultural, gastronómica y logística, fortaleciendo su marca turística, generando oportunidades de negocio y estableciendo alianzas estratégicas alineadas a la política estatal de desarrollo económico y turístico.

#### II. Integración de la delegación y presupuesto.

**En cumplimiento a la Ley de Austeridad del Estado de Tabasco, que a la letra dice:**

*“Artículo 10. En tanto no se autoricen nuevos programas o se amplíen los gastos de operación o las metas de los existentes, los gastos por concepto de fotocopiado, combustibles, arrendamientos, mobiliario, equipo de telecomunicaciones, bienes informáticos, papelería, **pasajes, congresos, convenciones, exposiciones y seminarios, necesarios para cumplir la función de cada dependencia y entidad,** no podrán exceder de los montos erogados en el ejercicio presupuestal inmediato anterior, una vez considerados los incrementos en precios y tarifas oficiales o la inflación. Lo anterior, salvo las autorizaciones presupuestales que otorgue la Secretaría de Administración y Finanzas, previa justificación.” (SIC)*

#### Comisión Oficial y Participación del Estado de Tabasco en FITUR

##### A) Funcionarios y participantes que cubrieron su viaje con recursos propios

- Katia Ornelas Gil.- Secretaria de Turismo y Desarrollo Económico.  
Representación del Gobierno del Estado.  
Actividades institucionales.
- Alberto Zurita. Hoteles.- Presidente de la Asociación de Hoteles y Moteles de Tabasco.
- Jorge Luis Ruiz Pérez.- Presidente de la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes Filial Tabasco.

## **B) funcionarios con vuelos y hospedaje cubiertos por el proyecto solicitado.**

- Norma Araceli Aranguren Rosique .- Subsecretaria de Turismo Citas de negocios.
- Jennifer Edith Cortes Arevalo .- Directora de Promoción y Difusión Turística Citas de negocios, comunicación y promoción.
- María José Hernández Raleigh.- Directora del Fideicomiso Para la Promoción Turística Del. Estado De TABASCO Citas de negocios y promoción.
- Sergio López García .- Jefe de Departamento de Cultura Turística Citas de negocios, promoción y traductor.

- **Nota aclaratoria:**

*La alimentación de los servidores públicos fueron cubiertos con recursos propios, sin cargo al erario.*

## **C) Participantes con vuelos y hospedaje cubiertos por el proyecto solicitado**

- **Alejandra Bueno Villegas**  
Cata y chocolatería.
- **Florencio Sánchez Rodríguez**  
Ruta del Cacao al Chocolate.
- **José Vinar Olán Graniel “Choco Chepe”**  
Expresión cultural, creación de contenido y artesanías.

### **Cronología de actividades**

- **17 de enero**  
Traslado de Norma Araceli Aranguren Rosique, Jennifer Edith Cortes Arévalo, María José Hernández Raleigh y Sergio López García a la Ciudad de México, a las 18:00 horas.
- **18 de enero**  
Salida a Madrid a las 00:00 horas y arribo a Madrid a las 19:00 horas (hora local), en horario nocturno.

- **19 de enero**
  - Llegada de Katia Ornelas Gil.- Secretaria de Turismo y Desarrollo Económico.
  - Supervisión y recepción del Stand Tabasco en IFEMA, recinto ferial, y realización de pruebas técnicas y traslado de material.
  
- **20 de enero**
  - Participación en el encuentro Inversión Turística 2026 BBVA, realizado en la Fundación BBVA Madrid.
  - Asistencia al evento independiente “Gran Visión del Turismo de México al 2050”, organizado por la Universidad Anáhuac, llevado a cabo en la Fundación Casa México España
  - Presentación del destino Tabasco, con agencias especializadas y medios de comunicación, en el Restaurante El Bajío, reconocido por la Guía Michelin.
  
- **21 de enero**

Incorporación de Florencio Sánchez Rodríguez.  
Inicio de la participación formal en FITUR.
  
- **21 al 25 de enero**

Desarrollo de FITUR: citas de negocios, promoción turística, actividades culturales y atención institucional.
  
- **26 de enero**

Regreso de todos los integrantes de la comisión.

**Monto autorizado: \$3'000,000.00**

CONCEPTO	MONTO
Corner grande en Pabellón Mexico, IFEMA, Presentación de destino y Cata de Chocolate.	\$1,757,246.00
Hospedaje 7 pax	\$130,778.31
Pasajes aéreos 7 pax	\$256,938.00
Insumos para la ejecución de la campaña de promoción en Fitur. <i>(activaciones, artículos promocionales, material publicitario y pauta publicitaria)</i>	\$409,617.98
<b>Total ejercido</b>	<b>\$2,554,580.29</b>
<b>Ahorro</b>	<b>\$445,419.71</b>

### III. Resumen de acciones y logros más relevantes de la participación de Tabasco en FITUR.

- Participación de Tabasco en FITUR con **stand propio por primera vez**, posicionando al estado de manera directa en el mapa turístico internacional.
- Desarrollo de una **agenda integral de promoción, profesionalización y vinculación estratégica**, con presencia institucional, comercial y cultural.
- Realización de **citas de negocios** durante los 5 días de la feria, con actores clave del sector turístico nacional e internacional entre los que destacamos:

Walfred Castro Novelo, Director de Comunicación de Viva Aerobus; Joseba Baqueicoa, Director de Grandes Cuentas del Grupo Alavés-Baskonia; Ayin Decer Castelán, Partner de LHO Global Affairs; representantes de Ávoris Corporación Empresarial, Grupo Excelencias, Viva Tours, AMPROFEC, Mundo Maya, Amc Networks International, Gastroplanet y AIRCREW Lifestyle; así como Abraham García Carpintero de Paseos del Oriente Tour Operadora, Aarón Gayo Pfauntsch de Plan D Viajero, Isidoro Pérez García de Seeketing, Laurie Colas de Mexico World, Ana Isabel Salomón Ramírez de Lifur Travel Agency, Marci Guiducci de Viva Travel, María Pintado de Vega Agency España y Meredith Marketing, especializada en experiencias y estrategias omnicanal de viajes y estilo de vida. Asimismo, se realizaron encuentros con Yolanda Iglesias, Directora de Operaciones del Grupo Bajío; Carlos Pascual, representante de Viajes National Geographic; Tuk

Tuk Wonders, transporte turístico; medios y creadores de contenido como Explorando el Mundo con Bea y Viajando con Diego; y organismos y destinos internacionales, entre ellos la Delegación de Marruecos, representada por Salma Sebbar, Travel Polonia, Abu Dhabi, representado por Meaad Esmael Alkamoli, y el Director de Promoción Turística de Oaxaca, Carlos David Jacinto. De igual forma, se llevó a cabo una reunión con el Grupo Despegar, con la participación de; Alicia Ruiz, Senior Market Manager; y Ángel Montes, Trade Manager.

- **Firma de un Memorandum de Entendimiento con el Ayuntamiento de La Peza, Granada**, para estrechar vínculos culturales, turísticos y de desarrollo económico, con el cacao como eje histórico compartido.
- Establecimiento de un **acercamiento estratégico con la región de Motril, España**, identificando oportunidades de cooperación en turismo, agroindustria, comercio y conectividad internacional.
- Avances en la **integración de Tabasco en circuitos turísticos europeos**, a través de reuniones con tour operadoras como Ávoris, Paseos del Oriente, Asturiame, PlanDeViajero.com, Mexico World, Mondo Alquixa y Quality Tours México.
- Incorporación de **paquetes turísticos que incluyen a Tabasco** por parte de la agencia Viva Travel.
- Desarrollo de **acciones de promoción gastronómica y cultural**, destacando al cacao tabasqueño como producto emblemático y eje de identidad turística.
- Implementación de **activaciones culturales** (Pochovera y Choco Chepe) para la promoción del Carnaval de Tenosique y la identidad cultural del estado.
- Promoción de Tabasco como destino conectado al **Tren Maya**, fortaleciendo su integración regional y accesibilidad.
- Difusión del proyecto del **nuevo Centro de Convenciones de Villahermosa** como parte de la estrategia de posicionamiento del turismo de reuniones.
- Distribución de **más de cinco mil materiales promocionales**, incluyendo productos locales y herramientas digitales (llaveros NFC),

ampliando el alcance de la promoción y el acceso a información turística.

- Participación en **foros y conferencias especializadas** sobre turismo deportivo, sostenibilidad, innovación, digitalización y gestión de destinos, fortaleciendo la profesionalización del sector turístico estatal.
- La presencia de Tabasco en FITUR se tradujo en **45 horas ininterrumpidas de visibilidad internacional**, a través de la proyección continua de material promocional durante los cinco días de la feria, consolidando una exposición estratégica del destino en uno de los principales escaparates turísticos del mundo.

#### **IV. Impacto**

- Posicionamiento internacional de Tabasco como destino auténtico, cultural y gastronómico.
- Avances en la comercialización del destino y en su integración a rutas y catálogos turísticos.
- Fortalecimiento del turismo de reuniones con la promoción del nuevo Centro de Convenciones de Villahermosa.
- Impulso al agroturismo y al turismo regenerativo, tomando como eje la Ruta del Cacao al Chocolate, modelo replicable a otros productos del sector primario.

#### **Conclusión**

La participación de Tabasco en FITUR marcó un punto de inflexión en la estrategia de posicionamiento turístico del estado. Durante años, Tabasco permaneció fuera del radar de los grandes circuitos internacionales especializados; hoy, su presencia en la feria turística más importante del mundo representa un antes y un después en la forma en que el estado se proyecta, se relaciona y compete a nivel global.

En un contexto especialmente relevante, donde México fungió como País Socio de FITUR, la presencia de Tabasco no solo fue oportuna, sino

estratégica. Este escenario permitió amplificar el alcance del mensaje, fortalecer la narrativa nacional y aprovechar una plataforma internacional de primer nivel para mostrar la riqueza cultural, gastronómica y turística del estado, con el cacao y la identidad tabasqueña como ejes diferenciadores.

Más allá de la visibilidad, FITUR permitió establecer relaciones de largo plazo, abrir canales, generar oportunidades de negocio concretas y sentar bases para proyectos de cooperación que impactarán de manera directa en el desarrollo turístico sostenible y en la economía local.

La participación del estado respondió a una lógica técnica, coordinada y profesional, alineada a las mejores prácticas internacionales.

Hoy, Tabasco ya no observa el turismo global desde la periferia, sino que se inserta activamente en la conversación internacional. FITUR fue una inversión estratégica que colocó al estado en el mapa turístico mundial y abrió una nueva etapa de oportunidades para su crecimiento económico y proyección internacional.

**Anexos fotográficos.**

















































