



FIDEICOMISO PARA LA PROMOCION TURISTICA DE ACAPULCO
PRESUPUESTO BASADO EN RESULTADOS 2024 MODIFICADO



1. DATOS GENERALES	2. ESTRUCTURA PROGRAMATICA, CLASIFICACION FUNCIONAL DEL GASTO
1.1. Dependencia u organismo Descentralizado: FIDEICOMISO PARA LA PROMOCION TURISTICA DE ACAPULCO	Finalidad 3.- Desarrollo Económico
1.3. Nombre del Programa Presupuestario (Pp): Promoción y Fomento	Función 3.7 Turismo
1.2. Unidad responsable: DIRECCION GENERAL	Subfunción 3.7.1 Turismo
1.4. Misión: Atender las necesidades que contribuyan de manera efectiva a las actividades	Actividad Institucional Realizar todas aquellas actividades relacionadas a la promoción turística nacional e internacional de la ciudad y puerto de Acapulco
1.5. Visión: Ser el organismo público que integre un Plan Global de Promoción y Publicidad Turística con aportaciones de los tres niveles de gobierno que facilite el posicionamiento de la ciudad y Puerto de Acapulco como un destino de descanso y placer así como sede de Congresos, Convenciones, Eventos, Ferias y Exposiciones, tanto nacionales como internacionales, capitalizando los atractivos y servicios turísticos con los que se cuenta, a fin de que mediante acertados programas de Publicidad, Promoción y Relaciones Públicas, Acapulco contribuya de manera significativa a la Economía del Estado.	3.7.1.1.1.1 Modalidad: FIDEICOMISOS
3. ALINEACION CON EL PLAN ESTATAL DE DESARROLLO (PED)	4. CARACTERISTICAS DEL PROGRAMA PRESUPUESTARIO
2 Eje Estratégico: Desarrollo Economico Sostenible	4.1. Clave Presupuestal: F
2.38 Objetivo del Pp al que contribuye con el PED Fomentar el Crecimiento, Desarrollo, Innovacion y Fortalecimiento de la Actividad Turistica en el Estado, a fin de generar empleos y la derrama economica que impacte positivamente en los destinos	4.2. Problemática a resolver: Índices altos de cierre de Hoteles y Empresas, Baja en las fuentes de empleo, Mala calidad de los servicios, Poca rentabilidad de Hoteles y Empresas, Menos derrama económica y Menos inversión de empresa.
Estrategia 2.38.2 Recuperar la estadia promedio que permita una mayor derrama economica	4.3. Población total a beneficiar: CIUDADANOS DE ACAPULCO
Línea de Accion: 2.38.2.1 Fomentar el aumento de la ocupacion Hotelera	4.3.1 total beneficiarios: 779,566 BENEFICIARIOS (INEGI 2020)
Ramo: 28 Participaciones a Entidades Federativas y Municipios	4.4. Monto del presupuesto asignado: 34,199,820.00
Fondo: IED (Inversion Estatal Directa)	4.5. fuente de Recursos: Estatal: 34,199,820.00 Federal: Ingresos propios:
3.6. Periodo que cómprese el Pp: 3 meses () 6 meses () 1 Año (X)	4.6 Tipo de Pp: Nuevo: () En Proceso: (X)
	4.7. Nivel de objetivo: Programa Presupuestario
FIN: Mejorar el posicionamiento de la marca Acapulco como destino turístico en los mercados nacional e internacional.	
PUBLICIDAD (Imagen del Destino, Medios Digitales y Redes Sociales, Material Promocional y Socios Comerciales.)	
Programado	

Handwritten signatures and initials in blue ink on the right margin of the document.



FIDEICOMISO PARA LA PROMOCION TURISTICA DE ACAPULCO
PRESUPUESTO BASADO EN RESULTADOS 2024 MODIFICADO



Unidad de Medida	Formula	Frecuencia de medida	Metas	CALENDARIO							Porcentaje Programado
				Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total	
Porcentaje	Total de Imagen del Destino por Alcanzar entre Total de Inserciones Imagen del Destino Inserciones Projectadas por 100	Anual	Metas Projectadas Imagen del Destino	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total	100.00%
			8	8	8	8	8	9	9	100	
	Total de Material Seguidores Redes Sociales por Alcanzar entre Total de Seguidores Redes Sociales Projectadas por 100	Anual	Metas Projectadas Seguidores Redes Sociales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total	100.00%
			2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	27000	
	Total de Material Publicaciones Digitales por Alcanzar entre Total de Publicaciones Digitales Projectadas por 100	Anual	Metas Projectadas Publicaciones Digitales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total	100.00%
			250	250	250	250	250	250	250	3000	
	Total de Material Impresiones Redes Sociales por Alcanzar entre Total de Impresiones Redes Sociales Projectadas por 100	Anual	Metas Projectadas Impresiones Redes Sociales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total	100.00%
			833,333	833,333	833,334	833,333	833,334	833,333	833,333	10,000,001	
Total de Material Promocional por Alcanzar entre Total de Material Promocional Projectado por 100	Anual	Metas Projectadas Material Promocional	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total	100.00%	
		2083	2083	2083	2083	2084	2084	2083	25000		
Total de Material Publicaciones Socios Comerciales por Alcanzar entre Total de Material Publicaciones Socios Comerciales Projectadas por 100	Anual	Metas Projectadas Material Publicaciones Socios Comerciales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total	100.00%	
		8	8	8	8	8	9	9	100		
Total de Campaña Digital Gratuita por Alcanzar entre Total de Campaña Digital Gratuita Projectadas por 100	Anual	Metas Projectadas Campaña Digital Gratuita	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total	100.00%	
		64	64	64	64	64	64	64	765		
Total de Medios digitales de la Campaña Digital Gratuita por Alcanzar entre Total de Medios digitales de la Campaña Digital Gratuita Projectadas por 100	Anual	Metas Projectadas Medios digitales de la Campaña Digital Gratuita	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total	100.00%	
		391128	391128	391128	391128	391128	391129	391129	4693540		
			Metas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total	

AS

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



FIDEICOMISO PARA LA PROMOCION TURISTICA DE ACAPULCO
PRESUPUESTO BASADO EN RESULTADOS 2024 MODIFICADO



DICIADOR	Total de Presupuesto por Ejercer de Publicidad entre Total de Presupuesto Aprobado de Publicidad por 100		Presupuesto Aprobado	625,000.00	625,000.00	625,000.00	625,000.00	625,000.00	625,000.00	625,000.00		100.00%
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total		
				625,000.00	625,000.00	625,000.00	625,000.00	625,000.00	625,000.00	625,000.00	\$ 7,500,000.00	
Realizado												
Unidad de Medida	Formula	Frecuencia de medida	Metas Realizadas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			
	Total de Imagen del Destino por Alcanzadas entre Total de Imagen del Destino Proyectadas por 100		Imagen del Destino	12	12	12	13	13	13			75.00%
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	75		
	Total de Material Seguidores Redes Sociales Alcanzadas entre Total de Seguidores Redes Sociales Proyectadas por 100		Seguidores Redes Sociales	1126	1126	1126	1126	1126	1129			25.03%
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	6759		
	Total de Material Publicaciones Digitales Alcanzadas entre Total de Publicaciones Digitales Proyectadas por 100		Publicaciones Digitales	298	298	298	298	298	300			59.67%
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	1790		
	Total de Material Impresiones Digitales Alcanzadas entre Total de Impresiones Digitales Proyectadas por 100		Impresiones Digitales	709641	709641	709641	709641	709641	709641			42.58%
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	4,257,846		
Porcentaje	Total de Material Promocional Alcanzado entre Total de Material Promocional Proyectado por 100	Anual	Material Promocional	2166	2166	2167	2167	2167	2167			52.00%
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	13000		
	Total de Material Publicaciones Socios Comerciales Alcanzadas entre Total de Material Publicaciones Socios Comerciales Proyectadas por 100		Publicaciones Socios Comerciales	8	8	8	8	8	8			48.00%
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	48		
	Total de Material Publicaciones Socios Comerciales Alcanzadas entre Total de Material Publicaciones Socios Comerciales Proyectadas por 100		Publicaciones Socios Comerciales	128	128	128	127	127	127			100.00%
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	765		
	Total de Material Publicaciones Socios Comerciales Alcanzadas entre Total de Material Publicaciones Socios Comerciales Proyectadas por 100		Publicaciones Socios Comerciales	782256	782256	782257	782257	782257	782257			100.00%
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	4693540		
	Total de Presupuesto Ejercido de Publicidad entre Total de Presupuesto Aprobado de Publicidad por 100		Presupuesto Ejercido	1,539.46	23,795.22	543,081.02	8,398.40	780,613.04	594,219.96			26.02%
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total			



FIDEICOMISO PARA LA PROMOCION TURISTICA DE ACAPULCO
PRESUPUESTO BASADO EN RESULTADOS 2024 MODIFICADO



1,951,647.10

FIN: Realizar capacitación y actualización constante acerca de los nuevos atractivos y servicios turísticos, dirigidos los profesionales de la industria en las diversas ciudades nacionales y extranjeras emisoras de turismo para el puerto, con la finalidad de generar más ventas impactando al público consumidor.
PROMOCION (Promoción mercados nacionales e internacionales terrestres y aéreos, Alianzas estratégicas OTAS, Viajes de familiarización locales, Eventos mayoristas y sindicatos, Viajes de familiarización foráneos y Ferias internacionales).

Programado

Unidad de Medida	Formula	Frecuencia de medida	Metas	CALENDARIO							Porcentaje Programado		
				Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total			
Porcentaje	Total de Viajes Nacionales Aéreos por Realizar entre Total de Viajes Nacionales Aéreos Projectados por 100	Anual	Metas Projectadas Viajes Nacionales Aéreos	Enero	1	1	1	1	1	1	1	1	100.00%
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total			
	Total de Viajes Internacionales Aéreos por Realizar entre Total de Viajes Internacionales Aéreos Projectados por 100		Metas Projectadas Viajes Internacionales Aéreos	Enero			1		1				100.00%
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total			
	Total de Alianzas estratégicas OTAS por Realizar entre Total de Alianzas estratégicas OTAS Projectadas por 100		Metas Projectadas Alianzas estratégicas OTAS	Enero					1				100.00%
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total			
	Total de FAMS o Capacitaciones por Realizar entre Total de FAMS o Capacitaciones Projectados por 100		Metas Projectadas FAMS o Capacitaciones	Enero			1		1				100.00%
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total			
	Total de Viajes de Ferias Nacionales por Realizar entre Total de Viajes de Ferias Nacionales Projectadas por 100		Metas Projectadas Ferias Nacionales	Enero				1	1				100.00%
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total			
Total de Viajes de Ferias Internacionales por Realizar entre Total de Viajes de Ferias Internacionales Projectadas por 100	Metas Projectadas Ferias Internacionales	Enero							1		100.00%		
		Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total					
Total de Webinar por Realizar entre Total de Viajes de Webinar Projectados por 100	Metas Projectadas Webinar	Enero		1	1	1	1	1	1	1	100.00%		
		Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total					
Total de Presupuesto por Ejercer de Promoción entre Total de Presupuesto Aprobado de Promoción por 100	Presupuesto Aprobado	Enero	600,818.33	600,818.33	600,818.33	600,818.33	600,818.33	600,818.33	600,818.33		100.00%		
		Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total					
			600,818.33	600,818.33	600,818.33	600,818.33	600,818.33	600,818.33	\$ 7,209,820.00				

IND

[Handwritten signatures and marks in blue ink on the right side of the page]



FIDEICOMISO PARA LA PROMOCION TURISTICA DE ACAPULCO
PRESUPUESTO BASADO EN RESULTADOS 2024 MODIFICADO



CADOR	Unidad de Medida	Formula	Frecuencia de medida	Realizado												
				Metas Realizadas	CALENDARIO											
					Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			Total			
Porcentaje	Total de Viajes Nacionales e Internacionales Aéreos Realizados entre Total de Viajes Nacionales e Internacionales Aéreos Projectados por 100	Metas Realizadas Viajes Nacionales	Anual	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			Total	8.33%			
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	1	1					
	Total de Viajes Internacionales Aéreos Realizados entre Total de Viajes Internacionales Aéreos Projectados por 100	Metas Realizadas Viajes Internacionales Aéreos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			Total	25.00%				
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	1	1						
	Total de Alianzas estratégicas OTAS Realizados entre Total de Alianzas estratégicas OTAS Projectadas por 100	Metas Realizadas Alianzas estratégicas OTAS	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			Total	400.00%				
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	1	1	1	1	8			
	Total de Eventos mayoristas y Sindicatos Realizados entre Total de Eventos Mayoristas y Sindicatos Projectados por 100	Metas Realizadas Eventos Mayoristas y Sindicatos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			Total	100.00%				
Julio			Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	1	1	1	3					
Total de Ferias Nacionales Realizados entre Total de Ferias Nacionales Projectados por 100	Metas Realizadas Ferias Nacionales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			Total	166.67%					
		Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	1	1	1	5					
Total de Viajes de Ferias Internacionales Realizados entre Total de Viajes de Ferias Internacionales Projectadas por 100	Metas Realizadas Ferias Internacionales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			Total	40.00%					
		Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	2	2	4						
Total de Webinars Realizados entre Total de Webinars Projectadas por 100	Metas Projectadas Webinars	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			Total	20.00%					
		Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	1	1	2						
Total de Presupuesto Ejercido de Promoción entre Total de Presupuesto Aprobado de Promoción por 100	Presupuesto Ejercido	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			Total	13.06%					
		Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	11,432.22	202,166.64	299,490.55	326,400.55	7,487.24	94,719.70	\$ 941,696.90		

FIN: Contribuir con la construcción de una reputación turística favorable del destino ante sus principales audiencias, y crear un esquema de respuesta inmediata a situaciones adversas, así como lograr mayor presencia en los medios de comunicación reposicionando positivamente Acapulco como destino turístico.

COMUNICACIÓN Y RELACIONES PUBLICAS (Boletines de Prensa Español-Ingles, Newsletter Español-Ingles, Publicaciones gratuitas digital y tradicional, Entrevistas Mensuales nacionales e internacionales, Viajes de familiarización, boletines de prensa acciones FIDETUR, Newsletter acciones FIDETUR, Entrevistas con medios locales, Incremento del 20% en Redes Sociales, Publicaciones redes Sociales, Impresiones en redes sociales y Apoyo a Filmaciones.

Programado



FIDEICOMISO PARA LA PROMOCION TURISTICA DE ACAPULCO
PRESUPUESTO BASADO EN RESULTADOS 2024 MODIFICADO



Unidad de Medida	Formula	Frecuencia de medida	Metas	CALENDARIO												Porcentaje Programado
				Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Porcentaje	Total de Boletines de Prensa en Español por Realizar entre Total de Boletines de Prensa en Español Projectados por 100	Anual	Metas Projectadas Boletines de Prensa en Español	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	100.00%	
	Total de Boletines de Prensa en Ingles por Realizar entre Total de Boletines de Prensa en Ingles Projectados por 100		Metas Projectadas Boletines de Prensa en Ingles.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	100.00%	
	Total de Newsletter Español e Ingles por Realizar entre Total de Newsletter Español e Ingles Projectados por 100		Metas Projectadas Newsletter Español e Ingles	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6	100.00%	
	Total de Publicaciones gratuitas digitales y tradicionales por Realizar entre Total de Publicaciones gratuitas digitales y tradicionales Projectados por 100		Metas Projectadas Publicaciones gratuitas digitales y tradicionales	166	167	166	167	166	167	166	167	166	167	2000	100.00%	
	Total de Entrevistas nacionales e internacionales por Realizar entre Total de Entrevistas nacionales e internacionales Projectados por 100		Metas Projectadas Entrevistas nacionales e internacionales	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	100.00%	
	Total de Viajes de familiarización nacionales e internacionales por Realizar entre Total de Viajes de familiarización nacionales e internacionales Projectados por 100		Metas Projectadas Viajes de Familiarización nacionales e internacionales.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	100.00%	
	Total de Boletines de Prensa Acciones FIDETUR por Realizar entre Total de Viajes de Boletines de Prensa Acciones FIDETUR Projectadas por 100		Metas Projectadas Boletines de Prensa de Acciones FIDETUR	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	100.00%	
	Total de Newsletter FIDETUR por Realizar entre Total de Newsletter FIDETUR Projectados por 100		Metas Projectadas Newsletter FIDETUR	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6	100.00%	
	Total de Entrevistas medios locales por Realizar entre Total de Entrevistas medios locales Projectadas por 100		Metas Projectadas Entrevistas medios locales	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24	100.00%	
	Incrementar seguidores redes sociales 20% por Realizar entre Incrementar seguidores redes sociales 20% Projectados por 100		Metas Projectadas Incrementar el numero de seguidores en un 20%	2,250	2,250	2,250	2,250	2,250	2,250	2,250	2,250	2,250	2,250	27,000	100.00%	



FIDEICOMISO PARA LA PROMOCION TURISTICA DE ACAPULCO
PRESUPUESTO BASADO EN RESULTADOS 2024 MODIFICADO



INDICADOR	Total de Publicaciones en Redes Sociales por Realizar entre Total de Publicaciones en Redes Sociales Proyectados por 100	Metas Proyectadas Publicaciones en Redes Sociales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			100.00%
			250	250	250	250	250	250			
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total		
			250	250	250	250	250	250	3,000		
	Total de Impresiones en Redes Sociales por Realizar entre Total de Impresiones en Redes Sociales Proyectadas por 100	Metas Proyectadas Impresiones en Redes Sociales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			100.00%
			833,333	833,334	833,333	833,334	833,333	833,334			
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total		
			833,333	833,334	833,333	833,334	833,333	833,332	10,000,000		
	(Total de Estrategia de Comunicación para la promocion del destino por realizar/Total de Estrategia de Comunicación para la promocion del destino Proyectados)*100	Meta realizar Estrategia de Comunicación para la promocion del destino	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			100.00%
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total		
				1	1	1	1	1	5		
	Total de Presupuesto por Ejercer de Comunicación y Redes Sociales entre Total de Presupuesto Aprobado de Comunicación y Redes Sociales por 100	Presupuesto Aprobado	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			100.00%
			258,333.33	258,333.33	258,333.33	258,333.33	258,333.33	258,333.33			
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total		
			258,333.33	258,333.33	258,333.33	258,333.33	258,333.33	258,333.33	\$ 3,100,000.00		

Realizado

Unidad de Medida	Formula	Frecuencia de medida	Metas Realizadas	CALENDARIO							Porcentaje Programado	
				Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total		
Total de Boletines de Prensa en Español Realizados entre Total de Boletines de Prensa en Español Proyectados por 100			Metas Realizadas Boletines de Prensa en Español	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			4.17%
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	1		
Total de Boletines de Prensa en Ingles Realizados entre Total de Boletines de Prensa en Ingles Proyectados por 100			Metas Realizadas Boletines de Prensa en Ingles.	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			0.00%
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	0		
Total de Newsletter Español e Ingles Realizados entre Total de Newsletter Español e Ingles Proyectados por 100			Metas Realizadas Newsletter Español e Ingles	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			16.67%
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	1		
Total de Publicaciones gratuitas digitales y tradicionales Realizados entre Total de Publicaciones gratuitas digitales y tradicionales Proyectados			Metas Realizadas Publicaciones gratuitas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			100.00%
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	2000		
Total de Entrevistas nacionales e internacionales Realizados entre Total de Entrevistas nacionales e internacionales Proyectados por 100			Metas Realizadas Entrevistas nacionales e	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			4.17%
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	2		
Total de Viajes de familiarización nacionales e internacionales Realizados entre Total de Viajes de familiarización nacionales e internacionales			Metas Realizadas Viajes de Familiarización	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			0.00%
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	0		
Total de Boletines de Prensa Acciones FIDETUR Realizados entre Total de Viajes de Boletines de Prensa Acciones FIDETUR Proyectadas por 100			Metas Realizadas Boletines de Prensa de	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			33.33%
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	4		
Total de Newsletter FIDETUR Realizados entre Total de Newsletter			Metas Realizadas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			1
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	1		



FIDEICOMISO PARA LA PROMOCION TURISTICA DE ACAPULCO
PRESUPUESTO BASADO EN RESULTADOS 2024 MODIFICADO



Porcentaje	Realizados entre Total de Newsletter FIDETUR Proyectados por 100	Anual	Newsletter FIDETUR	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	8.33%
				1							
	Total de Entrevistas medios locales Realizados entre Total de Entrevistas medios locales Proyectadas por 100		Metas Realizadas Entrevistas medios locales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
				1						1	
	Incrementar seguidores redes sociales 20% Realizados entre Incrementar seguidores redes sociales 20% Proyectados por 100		Metas Realizadas Incremento del numero de seguidores en un 20%	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
				1126	1126	1126	1126	1126	1129		6759
	Total de Publicaciones en Redes Sociales Realizados entre Total de Publicaciones en Redes Sociales Proyectados por 100		Metas Realizadas Publicaciones en Redes Sociales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
				298	298	298	298	298	300		1790
	Total de Impresiones en Redes Sociales Realizados entre Total de Impresiones en Redes Sociales Proyectadas por 100		Metas Realizadas Impresiones en Redes Sociales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
				709641	709641	709641	709641	709641	709641		4,257,846
	Total de Estrategia de Comunicación para la promocion del destino Realizados entre Total de Estrategia de Comunicación para la promocion del destino Proyectadas por 100		Metas Realizadas Estrategia de Comunicación para la promocion del destino	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
											0
	Total de Presupuesto por Ejercer de Comunicación y Redes Sociales entre Total de Presupuesto Aprobado de Comunicación y Redes Sociales por 100		Presupuesto Ejercido	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
				18,199.00	56,840.00	128,941.00	514,581.15	1,053,524.07	60,234.00		\$ 1,832,319.22

FIN: Apoyar en la realización de Congresos y Convenciones, que generen afluencia turística y cuartos noche en el ámbito nacional e internacional, que permitan el posicionamiento del destino en este segmento.

TURISMO DE REUNIONES (Ferias y Congresos Nacionales, Bidding Book, Bidding Kit, Sedes de Convenciones y Eventos, Tramites y Servicios para eventos de congresos y convenciones.

Programado

Unidad de Medida	Formula	Frecuencia de medida	Metas Proyectadas	CALENDARIO						Porcentaje Programado	
				Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
Porcentaje	(Total de Congresos y Convenciones por Realizar/Total de Congresos y Convenciones Proyectadas)*100	Anual	Congresos y Convenciones	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
				1					1		100.00%
	Total de Bidding Book y Bidding Kit por Realizar entre Total de Bidding Book y Bidding Kit Proyectadas por 100		Metas Proyectadas Bidding Book y Bidding Kit	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
									1		1
	Total de Candidatura y Sede de Congreso por Realizar entre Total de Candidatura y Sede de Congreso Proyectadas por 100		Metas Proyectadas Candidatura y Sede de Congreso	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
				2	2	2	2	2	2	2	
	Total de Ferias y Congresos		Metas	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
				2	2	2	3	2	2	25	



INDICADOR	Total de Ferias y Congresos internacionales por Realizar entre Total de Ferias y Congresos internacionales Proyectadas por 100	Proyectadas Ferias y Congresos internacionales	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	100.00%	
								1		1	
	Total de Presupuesto por Ejercer de Congresos y Convenciones entre Total de Presupuesto Aprobado de Congresos y Convenciones por 100	Presupuesto Aprobado	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			100.00%
			50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00			
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total		
			50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	\$ 600,000.00		

Realizado										
Unidad de Medida	Formula	Frecuencia de medida	Metas Realizadas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Porcentaje
Porcentaje	Total de Publicaciones Realizados entre Total de Publicaciones Proyectadas por 100	Anual	Metas Realizadas Congresos y Convenciones	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	0.00%
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
	Total de Bidding Book y Bidding Kit por Realizados entre Total de Bidding Book y Bidding Kit Proyectadas por 100	Anual	Metas Realizadas Bidding Book y Bidding Kit	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	0.00%
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
	Total de Candidatura y Sede de Congreso por Realizados entre Total de Candidatura y Sede de Congreso Proyectadas por 100	Anual	Metas Realizadas Candidatura y Sede de	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	0.00%
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
	Total de Ferias y Congresos internacionales por Realizados entre Total de Ferias y Congresos internacionales Proyectadas por 100	Anual	Metas Proyectadas Ferias y Congresos internacionales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	100.00%
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
	Total de Presupuesto Ejercido de Publicidad entre Total de Presupuesto Aprobado de Publicidad por 100	Anual	Presupuesto Ejercido	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	5.25%
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	

FIN: Apoyar en la realización de eventos deportivos, culturales, musicales, que generen impactos publicitarios, derrama económica y posicionen al destino, a nivel nacional e internacional.

EVENTOS DE ALTO IMPACTO (Eventos de Alto Impacto, Eventos locales y Posicionar la marca en eventos de alto impacto).

Programado										
Unidad de Medida	Formula	Frecuencia de medida	Metas Proyectadas	CALENDARIO						Porcentaje Programado
				Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	
Porcentaje	Total de Eventos de Alto Impacto por Realizar entre Total de Eventos de Alto Impacto Proyectados por 100	Anual	Eventos de Alto Impacto			1			1	100.00%
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
	Total de Filmaciones por Realizar entre Total de Filmaciones Proyectadas por 100	Anual	Metas Proyectadas Filmaciones				1	1		100.00%
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
	Total de Presupuesto por Ejercer de Eventos de Alto Impacto entre Total de Presupuesto Aprobado de Eventos de	Anual	Presupuesto Aprobado	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	100.00%
			250,000.00	250,000.00	250,000.00	250,000.00	250,000.00	250,000.00		
Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total				



FIDEICOMISO PARA LA PROMOCION TURISTICA DE ACAPULCO
PRESUPUESTO BASADO EN RESULTADOS 2024 MODIFICADO



INDICADOR	Presupuesto Aprobado de Eventos de Alto Impacto por 100		Aprobado	250,000.00	250,000.00	250,000.00	250,000.00	250,000.00	250,000.00	\$ 3,000,000.00		
	Realizado											
	Unidad de Medida	Formula	Frecuencia de medida	Metas Realizadas	CALENDARIO							Porcentaje Programado
Porcentaje	Total de Eventos de Alto Impacto Realizados entre Total de Eventos de Alto Impacto Proyectados por 100	Anual	Metas Realizadas Eventos de Alto Impacto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			1
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	33.33%	
	Total de Filmaciones Realizadas entre Total de Filmaciones Proyectadas por 100	Anual	Metas Realizadas Filmaciones	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			
Porcentaje	Total de Presupuesto Ejercido de Eventos de Alto Impacto entre Total de Presupuesto Aprobado de Eventos de Alto Impacto por 100	Anual	Presupuesto Ejercido	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	17.29%	
						69,600.00	250,000.00	34,800.00	34,800.00	129,600.00		\$ 518,800.00

FIN: Incrementar la conectividad hacia Acapulco mediante acciones de apoyo a líneas aéreas, de cruceros y autobuses, que permitan mejorar las facilidades de arribo del turismo nacional e internacional.

APOYO A LA CONECTIVIDAD (Programas Cooperativos, Eventos Especializados, Eventos de Cruceros y Cooperativos con Líneas de autobuses).

INDICADOR	Programado											
	Unidad de Medida	Formula	Frecuencia de medida	Metas	CALENDARIO							Porcentaje Programado
				Proyectadas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
Porcentaje	Total de Cooperativos Líneas Aéreas Nacionales e Internacionales por Realizar entre Total de Cooperativos Líneas Aéreas Nacionales e Internacionales por 100	Anual	Metas Proyectadas Cooperativos Líneas Aéreas Nacionales e Internacionales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			1
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	100.00%	
	Total de Eventos Especializados Aéreos por Realizar entre Total de Eventos Especializados Aéreos por 100	Anual	Metas Proyectadas Eventos Aéreos Especializados.	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			
Porcentaje	Total de Eventos Especializados Cruceros por Realizar entre Total de Eventos Especializados Cruceros por 100	Anual	Metas Proyectadas Eventos Cruceros Especializados.	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	100.00%	
	Total de Cooperativos Líneas de Autobuses por Realizar entre Total de Cooperativos Líneas de Autobuses por 100	Anual	Metas Proyectadas Cooperativos Líneas de Autobuses.	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			1
Porcentaje	Total de Presupuesto por Ejercer de Apoyo a la Conectividad entre Total de Presupuesto Aprobado de Apoyo a la Conectividad por 100	Anual	Presupuesto Aprobado	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	100.00%	
					166,666.00	166,666.00	166,667.00	166,667.00	166,667.00	166,667.00	166,667.00	

Realizado



FIDEICOMISO PARA LA PROMOCION TURISTICA DE ACAPULCO
PRESUPUESTO BASADO EN RESULTADOS 2024 MODIFICADO



Unidad de Medida	Formula	Frecuencia de medida	Metas Realizadas	CALENDARIO								Porcentaje Programado						
				Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto		Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
Porcentaje	Total de Cooperativos Líneas Aéreas Nacionales e Internacionales Realizados entre Total de Cooperativos Líneas Aéreas Nacionales e Internacionales por 100	Anual	Líneas Aéreas Nacionales e Internacionales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	1								33.33%
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	1							
	Total de Eventos Especializados Aéreos Realizados entre Total de Eventos Especializados Aéreos por 100	Anual	Eventos Aéreos Especializados.	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio					1				100.00%
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	1							
	Total de Eventos Especializados Cruceros Realizados entre Total de Eventos Especializados Cruceros por 100	Anual	Eventos Cruceros Especializados.	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio									50.00%
Julio				Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	1								
Total de Cooperativos Líneas de Autobuses Realizados entre Total de Cooperativos Líneas de Autobuses por 100	Anual	Cooperativos Líneas de	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio									0.00%	
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	0								
Total de Presupuesto Ejercido de Apoyo a la Conectividad entre Total de Presupuesto Aprobado de Apoyo a la Conectividad por 100	Anual	Presupuesto Ejercido	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio									0.00%	
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	-								
\$ -																		

FIN: Apoyar a la concientización de la equidad de genero en el sector turístico.

APOYO A LA EQUIDAD DE GENERO (Realizar de manera eficiente las actividades plasmadas en el Plan Operativo Anual 2023)

Programado

Unidad de Medida	Formula	Frecuencia de medida	Metas Realizadas	CALENDARIO								Porcentaje Programado					
				Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto		Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Porcentaje	Total de Capacitaciones para la prevencion y erradicacion de la violencia por Realizar entre Total de Capacitaciones para la prevencion y erradicacion de la violencia Projectado por 100	Anual	Eventos para prevenir el acoso laboral y social	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio					1			100.00%
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	3						
	Total de Material Promocional Equidad de Genero por Realizar entre Total de Material Promocional Equidad de Genero Projectado por 100	Anual	Material Promocional Equidad de Genero	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio								
Julio				Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	200							
Total de Evento para prevenir el acoso laboral y social de Genero por Realizar entre Total de Evento para prevenir el acoso laboral y social de Genero Projectado por 100	Anual	Evento para prevenir el acoso laboral y social	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio									100.00%
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	1							
\$ -																	



FIDEICOMISO PARA LA PROMOCION TURISTICA DE ACAPULCO
PRESUPUESTO BASADO EN RESULTADOS 2024 MODIFICADO



INDICADOR	apoyo a la equidad de genero entre Total de Presupuesto Aprobado de apoyo a la equidad de genero por 100	Anual	Presupuesto Aprobado	7,500.00	7,500.00	7,500.00	7,500.00	7,500.00	7,500.00	100.00%	
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		Total
				7,500.00	7,500.00	7,500.00	7,500.00	7,500.00	7,500.00		\$ 90,000.00

Unidad de Medida	Formula	Frecuencia de medida	Metas Realizadas	CALENDARIO							Porcentaje Programado
				Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total	
Porcentaje	Total de Capacitaciones para la prevencion y erradicacion de la violencia por Realizado entre Total de Capacitaciones para la prevencion y erradicacion de la violencia Projectado por 100	Anual	Metas Realizadas Capacitaciones para la prevencion y erradicacion de la violencia	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total	66.67%
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
	Total de Material Promocional Equidad de Genero por Realizado entre Total de Material Promocional Equidad de Genero Projectado por 100	Anual	Metas Realizadas Material Promocional Equidad de Genero	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total	0.00%
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
	Total de Evento para prevenir el acoso laboral y social de Genero por Realizado entre Total de Evento para prevenir el acoso laboral y social de Genero Projectado por 100	Anual	Metas Realizadas Evento para prevenir el acoso laboral y social	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total	0.00%
Julio				Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total		
Total de Presupuesto Alcanzado de Apoyo a la equidad de genero entre Total de Presupuesto Aprobado de Apoyo a la equidad de genero por 100	Anual	Presupuesto Ejercido	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total	0.30%	
			Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total		

FIN: Establecer y dirigir los diagnósticos necesarios como instrumento de planeación institucional

PLANEACION Y EVALUACION (Coordinar la elaboración de un proyecto organizacional que permita generar una dinámica transversal entre el FIDETUR y los diversos sectores de la industria turística plasmadas en el Plan Operativo Anual 2023)

Unidad de Medida	Formula	Frecuencia de medida	Metas Realizadas	CALENDARIO							Porcentaje Programado
				Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total	
Porcentaje	(Total de Estudio sobre el perfil del turista Realizados/Total de Estudio sobre el perfil del turista proyectado)*100	Anual	Metas Realizadas Estudio sobre el perfil del turista	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total	100.00%
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
	(Total de Capacitaciones de planeacion organizacional Realizados/Total de Capacitaciones de planeacion organizacional proyectado)*100	Anual	Metas Realizadas Capacitaciones de planeacion organizacional	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total	100.00%
Julio				Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total		



FIDEICOMISO PARA LA PROMOCION TURISTICA DE ACAPULCO
PRESUPUESTO BASADO EN RESULTADOS 2024 MODIFICADO



	(Total de Congreso de planeacion estrategica Realizados/Total de Congreso de planeacion estrategica proyectado)*100	Anual	Realizadas Congreso de planeacion estrategica	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	100.00%
									1	1	
	Total de Presupuesto por Ejercer de la Unidad de Planeacion y Evaluacion entre Total de Presupuesto Aprobado de la Unidad de Planeacion y Evaluacion por 100	Anual	Presupuesto Aprobado	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
				25,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	100.00%
				25,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00	\$ 300,000.00	

Realizado

Unidad de Medida	Formula	Frecuencia de medida	Metas Realizadas	CALENDARIO							Porcentaje Programado
				Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total	
	(Total de Estudio sobre el perfil del turista Realizados/Total de Estudio sobre el perfil del turista proyectado)*100	Anual	Estudio sobre el perfil del turista	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	0.00%
										0	
Porcentaje	(Total de Capacitaciones de planeacion organizacional Realizados/Total de Capacitaciones de planeacion organizacional proyectado)*100	Anual	Capacitaciones de planeacion organizacional	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	0.00%
										\$ -	
	(Total de Congreso de planeacion estrategica Realizados/Total de Congreso de planeacion estrategica proyectado)*100	Anual	Congreso de planeacion estrategica	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	0.00%
										\$ -	
	Total de Presupuesto por Ejercer de la Unidad de Planeacion y Evaluacion entre Total de Presupuesto Aprobado de la Unidad de Planeacion y Evaluacion por 100	Anual	Presupuesto Ejercido	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	0.00%
										\$ -	

FIN: Cubrir los gastos de operación, como el pago de nómina, correspondiente a nueve colaboradores y otras prestaciones; así como el pago de 50 días de aguinaldo, bono del día de las madres, bono del día del padre, impuestos federales y aportaciones de seguridad social para el funcionamiento del Fideicomiso.

GASTO DE OPERACIÓN (Realizar de manera eficiente las actividades plasmadas en el Plan Operativo Anual 2024)

Unidad de Medida	Formula	Frecuencia de medida	Metas Realizadas	CALENDARIO							Porcentaje Programado
				Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total	
Porcentaje	Total de Gasto Operativo por Realizar entre Total de Gasto Operativo Proyectado por 100	Anual	Gasto Operativo 2021	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	100.00%
										12	
	Total de Presupuesto por Ejercer de Gasto Operativo entre Total de Presupuesto Aprobado de Gasto Operativo por 100	Anual	Presupuesto Aprobado	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
				583,333.33	583,333.33	583,333.33	583,333.33	583,333.33	583,333.33		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	100.00%
				583,333.33	583,333.33	583,333.33	583,333.33	583,333.33	583,333.33	\$ 7,000,000.00	

Realizado

Unidad de Medida	Formula	Frecuencia de medida	Metas Realizadas	CALENDARIO							Porcentaje Programado
				Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total	
	Total de Gasto Operativo Realizado entre Total de Gasto Operativo	Anual	Gasto Operativo 2021	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	50.00%

INDICADOR

B

[Signature]

[Handwritten notes and signatures on the right margin]





FIDEICOMISO PARA LA PROMOCION TURISTICA DE ACAPULCO
PRESUPUESTO BASADO EN RESULTADOS 2024 MODIFICADO




Elaborado por
L.C. Arturo David Gonzalez Almazan
Jefe del Departamento de Contabilidad


Supervisado por
L.C. Beatriz Renteria Cardenas
Directora de Administracion y Finanzas


Revisado por
Lic. Alda Patricia Perez Perez
Directora Operativa


Aprobado por
C. Manuel Negrete Arias
Presidente del Comité Técnico








MATRIZ DEL MARCO LOGICO

Ejercicio Presupuestal: 2024

ODS:8 Trabajo decente y crecimiento económico

Dimension. 9 turismo

Eje: 2 Desarrollo Economico Sostenible

Objetivo: 2.38 Fomentar el crecimiento, desarrollo, innovación y fortalecimiento de la actividad turística en el estado, a fin de generar empleos y la derrama económica que impacte positivamente en los destinos.

Estrategia 2.38.2.1 Incrementar la estadía promedio que permita una mayor derrama económica.

Línea de Acción.- Fomentar el aumento de ocupación hotelera.

Ente Público responsable: FIDEICOMISO PARA LA PROMOCION TURISTICA DE ACAPULCO

Fin	Propósito	Componente	Resumen Narrativo	Responsable	Nombre del Indicador	Método de Cálculo	Frecuencia de Medición	Línea base	Unidad de medida	Meta 2024				Fuentes de verificación	Supuestos
										T1	T2	T3	T4		
			Contribuir al incremento de la afluencia Turística de Acapulco como destino.	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	Tasa de crecimiento anual en la captación de turistas	(Numero de turistas captados en el año 2022/Total de turistas que visitan el destino)*100	Anual		Turistas					Estadísticas de turismo	Reforzando la imagen de Acapulco como destino turístico de calidad
			Promocion y difusion turística de Acapulco consolidada	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	Numero de Programas de Promocion realizados.	(Acciones realizadas/Total de Acciones Programadas)*100	Anual		Acciones					Informe de Actividades del FIDETUR	Incrementa la afluencia de turismo nacional e internacional
			FIDEICOMISOS	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	Metas Estimadas de Ingreso al Hospedaje	(Total de Ingresos Recaudados/Total de Ingresos Estimados)*100	Trimestral	12	Impuesto al Hospedaje					Secretaria de Finanzas y Administracion del Estado de Guerrero	Fomentar el aumento de ocupacion Hotelera
			Imagen de Destino	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	Metas por Imagen del Destino	(Total de Imagen del Destino Realizado/Total de Imagen del Destino Proyectado)*100	Trimestral	100	Material Promocional	35	40			Informe de Actividades del FIDETUR	Se realiza el Plan Estratégico de Mercadotecnia de acuerdo a los programas y presupuestos sin alteraciones.
	1.1		Seguidores en Redes Sociales	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	Metas por Realizar Seguidores Redes Sociales	(Total de Material Promocional Realizados/Total de Material Promocional Proyectado)*100	Trimestral	27,000	Material Promocional	2746	4013			Informe de Actividades del FIDETUR	Se realiza el Plan Estratégico de Mercadotecnia de acuerdo a los programas y presupuestos sin alteraciones.
	1.2		Publicaciones digitales nacionales e internacionales.	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	Metas por Realizar Publicaciones Digitales	(Total de Publicaciones Digitales Realizadas/Total de Publicaciones Digitales Proyectadas)*100	Trimestral	3000	Publicaciones Digitales	823	967			Informe de Actividades del FIDETUR	Se realiza el Plan Estratégico de Mercadotecnia de acuerdo a los programas y presupuestos sin alteraciones.
	1.3														

2

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

1.4	Posteos en Redes Sociales	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	Metas por Realizar Posteos en Redes Sociales	(Total de Posteos en Redes Sociales Realizados/Total de Posteos en Redes Sociales Proyectados)*100	Trimestral	10,000,000	Posteos en Redes Sociales	1,943,768	2,314,078			Informe de Actividades del FIDETUR	Se realiza el Plan Estratégico de Mercadotecnia de acuerdo a los programas y presupuestos sin alteraciones.
1.5	Material Promocional	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	Metas por Realizar Publicaciones Nacionales e Internacionales	(Total de Material Promocional Realizado/Total de Material Promocional Proyectado)*100	Trimestral	25,000	Material Promocional	6000	7000			Informe de Actividades del FIDETUR	Se realiza el Plan Estratégico de Mercadotecnia de acuerdo a los programas y presupuestos sin alteraciones.
1.6	Publicaciones con socios comerciales	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	Metas por Realizar Publicaciones Nacionales e Internacionales	(Total de Publicaciones Socios Comerciales Realizados/Total de Publicaciones Socios Comerciales Proyectados)*100	Trimestral	100	Publicaciones con Socios Comerciales	20	28			Informe de Actividades del FIDETUR	Se realiza el Plan Estratégico de Mercadotecnia de acuerdo a los programas y presupuestos sin alteraciones.
1.7	Publicaciones Campaña Digital Gratuita	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	Metas por Realizar Publicaciones Campaña Digital Gratuita	Total de Material Publicaciones Socios Comerciales Alcanzadas entre Total de Material Publicaciones Socios Comerciales Proyectadas por 100	Trimestral	765	Publicaciones Campaña Digital Gratuita	300	465			Informe de Actividades del FIDETUR	Se realiza el Plan Estratégico de Mercadotecnia de acuerdo a los programas y presupuestos sin alteraciones.
1.8	Publicaciones Medios digitales de la Campaña Digital Gratuita	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	Metas por Realizar Publicaciones Medios digitales de la Campaña Digital Gratuita	Total de Material Publicaciones Socios Comerciales Alcanzadas entre Total de Material Publicaciones Socios Comerciales Proyectadas por 100	Trimestral	4,693,540	Publicaciones Medios digitales de la Campaña Digital Gratuita	2,041,536.00	2,652,004.00			Informe de Actividades del FIDETUR	Se realiza el Plan Estratégico de Mercadotecnia de acuerdo a los programas y presupuestos sin alteraciones.
2.1	Realizar Viajes Nacionales	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Metas por Realizar Viajes Nacionales	(Total de Viajes Nacionales aereos Realizados/Total de Viajes Nacionales Proyectados)*100	Trimestral	12	Viajes Nacionales Aereos	0	1			Informe de Actividades del FIDETUR	Existen acuerdos en las entidades involucradas para realizar las acciones programadas
2.2	Realizar Viajes Internacionales Aéreos	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Metas por Realizar Viajes Internacionales	(Total de Viajes Internacionales aereos Realizados/Total de Viajes Internacionales Proyectados)*100	Trimestral	4	Viajes Internacionales Aereos	0	1			Informe de Actividades del FIDETUR	Existen acuerdos en las entidades involucradas para realizar las acciones programadas

2.3	Realizar Alianzas estratégicas OTAS	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Metas por Realizar Alianzas	(Total de Alianzas Estrategicas OTAS Realizados/Total de Alianzas Estrategicas OTAS	Trimestral	2	Alianzas Estrategicas OTAS	4	4		Informe de Actividades del FIDETUR	Existen acuerdos en las entidades involucradas para realizar las acciones programadas
2.4	Realizar Eventos Mayoristas y Sindicatos	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Metas por Realizar Eventos Mayoristas y Sindicatos	(Total de Evento Mayoristas y Sindicatos Realizados/Total de Evento Mayoristas y Sindicatos	Trimestral	3	Eventos Mayoristas y Sindicatos	1	2		Informe de Actividades del FIDETUR	Existen acuerdos en las entidades involucradas para realizar las acciones programadas
2.5	Realizar Ferias Nacionales	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Metas por Realizar Ferias Nacionales	(Total de Ferias Nacionales Realizados/Total de Ferias Nacionales	Trimestral	3	Ferias Nacionales	2	3		Informe de Actividades del FIDETUR	Existen acuerdos en las entidades involucradas para realizar las acciones programadas
2.6	Realizar Ferias Internacionales	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Metas por Realizar Ferias Internacionales	(Total de Ferias Internacionales Realizados/Total de Ferias Internacionales	Trimestral	10	Ferias Internacionales	1	3		Informe de Actividades del FIDETUR	Existen acuerdos en las entidades involucradas para realizar las acciones programadas
2.7	Realizar Webinars	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Metas por Realizar Webinars	(Total de Webinars Realizados/Total de Webinars	Trimestral	10	Webinars	2	0		Informe de Actividades del FIDETUR	Existen acuerdos en las entidades involucradas para realizar las acciones programadas
3.1	Generar boletines de prensa mensual en español.	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Metas por Realizar Boletin de Prensa en Español	(Total de Boletin de Prensa en Español Realizados/Total de Boletin de Prensa en Español	Trimestral	12	Boletines de Prensa en Español	0	1		Informe de Actividades del FIDETUR	Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico.
3.2	Generar boletines de prensa mensual en ingles.	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Metas por Realizar Boletin de Prensa en Ingles	(Total de Boletin de Prensa en Ingles Realizados/Total de Boletin de Prensa en Ingles	Trimestral	12	Boletines de Prensa en Ingles	0	0		Informe de Actividades del FIDETUR	Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico.
3.3	Generar Newsletter Mensual (español e ingles).	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Metas por Realizar Newsletter Español e Ingles	(Total de Newsletter Español e Ingles Realizados/Total de Newsletter Español e Ingles	Trimestral	6	Newlatters	0	1		Informe de Actividades del FIDETUR	Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico.

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

3.4	Generar 2,000 publicaciones gratuitas en medios de comunicación digital y tradicional en los mercados meta.	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Metas por Realizar Publicaciones gratuitas digitales y tradicionales	(Total de Publicaciones gratuitas digitales y tradicionales Realizados/Total de Publicaciones gratuitas digitales y tradicionales Proyectados)*100	Trimestral	2000	Publicaciones gratuitas, digitales y tradicionales.	1000	1000		Informe de Actividades del FIDETUR	Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico.
3.5	Generar 4 entrevistas mensuales con diversos medios de comunicación nacionales e internacionales con los principales voceros de Acapulco.	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Metas por Realizar Entrevistas nacionales e internacionales	(Total de Entrevistas nacionales e internacionales Realizados/Total de Entrevistas nacionales e internacionales Proyectados)*100	Trimestral	48	Entrevistas Nacionales e Internacionales	1	1		Informe de Actividades del FIDETUR	Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico.
3.6	Estrategia de Comunicación para la promocion del destino	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Metas por Realizar Estrategia de Comunicación para la promocion del destino	(Total de Estrategia de Comunicación para la promocion del destino Realizados/Total de Estrategia de Comunicación para la promocion del destino Proyectados)*100	Trimestral	5	Estrategia de Comunicación para la promocion del destino	0	0		Informe de Actividades del FIDETUR	Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico.
3.7	Realizar 10 de viajes de familiarización contemplando los mercados mencionados nacionales e internacionales.	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Metas por Realizar Viajes de Familiarizacion nacionales e internacionales.	(Total de Viajes de familiarizacion nacionales e internacionales Realizados/Total de Viajes de familiarizacion nacionales e internacionales Proyectados)*100	Trimestral	10	Familiarizacion Nacionales e Internacionales	0	0		Informe de Actividades del FIDETUR	Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico.
3.8	Realizar boletín de prensa mensual sobre las acciones de FIDETUR.	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Metas por Realizar Boletines de Prensa de Acciones FIDETUR	(Total de Boletines de Prensa Acciones FIDETUR Realizados/Total de Viajes de Boletines de Prensa Acciones FIDETUR Proyectadas)*100	Trimestral	12	Boletines de Prensa de Acciones FIDETUR	2	2		Informe de Actividades del FIDETUR	Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico.
3.9	Realizar Newsletter bimestral de las acciones de FIDETUR.	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Metas por Realizar Newsletter FIDETUR	(Total de Newsletter FIDETUR Realizados/Total de Newsletter FIDETUR Proyectados)*100	Trimestral	6	Newlatters	0	1		Informe de Actividades del FIDETUR	Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico.
3.10	Realizar entrevistas mensuales en medios de comunicación locales.	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Metas por Realizar Entrevistas medios locales	(Total de Entrevistas medios locales Realizados/Total de Entrevistas medios locales Proyectadas)*100	Trimestral	24	Entrevistas Medios Locales	0	2		Informe de Actividades del FIDETUR	Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico.

B

Actividad

	Seguidores en Redes Sociales	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Metas por Realizar Seguidores en Redes Sociales	(Total de Publicaciones en Redes Sociales Realizados entre Total de Publicaciones en Redes Sociales Proyectados)*100	Trimestral	27,000	Publicaciones en Redes Sociales	2746	4013			Informe de Actividades del FIDETUR	Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico.
3.11	Publicar 3,000 mensajes en todos los perfiles.	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Metas por Realizar Publicaciones en Redes Sociales	(Total de Publicaciones en Redes Sociales Realizados entre Total de Publicaciones en Redes Sociales Proyectados)*100	Trimestral	3,000	Publicaciones en Redes Sociales	823	967			Informe de Actividades del FIDETUR	Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico.
3.12	Superar los 10 millones de impresiones.	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Metas por Realizar Impresiones en Redes Sociales	(Total de Impresiones en Redes Sociales Realizados/Total de Impresiones en Redes Sociales Proyectadas)*100	Trimestral	10,000,000	Impresiones en Redes Sociales	1,943,768	2,314,078			Informe de Actividades del FIDETUR	Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico.
3.13	Participar en al menos 6 Ferias y Congresos Nacionales sobre el Turismo de Reuniones y temas afines, para atraer eventos para Acapulco.	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	Metas por Realizar Congresos y Convenciones	(Total de Congresos y Convenciones Realizados/Total de Congresos y Convenciones Proyectadas)*100	Trimestral	3	Congresos y Convenciones	0	1			Informe de Actividades del FIDETUR	Existe interes en realizar Congresos y Convenciones en Acapulco.
4.1	Realizar 1 Bidding Book y 1 Bidding Kit	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	Metas por Realizar Bidding Book y Bidding Kit	(Total de Bidding Book y Bidding Kit Realizados/Total de Bidding Book y Bidding Kit Proyectados)*100	Trimestral	1	Bidding Book y Bidding Kit	0	0			Informe de Actividades del FIDETUR	Existe interes en realizar Congresos y Convenciones en Acapulco.
4.2	Candidatura y Sede de Congreso	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	Metas por Realizar Candidatura y Sede de Congreso	(Total de Candidatura y Sede de Congreso Realizados/Total de Candidatura y Sede de Congreso Proyectados)*100	Trimestral	25	Candidatura y Sede de Congreso	0	0			Informe de Actividades del FIDETUR	Existe interes en realizar Congresos y Convenciones en Acapulco.
4.3	Realizar tramites y servicios de congresos	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	Metas por Realizar tramites y servicios de congresos	(Total de tramites y servicios de congresos Realizados/Total de tramites y servicios de congresos Proyectados)*100	Trimestral	1	Tramites y Servicios de Congresos	0	0			Informe de Actividades del FIDETUR	Existe interes en realizar Congresos y Convenciones en Acapulco.
4.4	Se propone apoyar y participar en eventos de alto impacto promocional, que generan derrama económica y posicionen al destino.	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	Metas por Realizar Eventos de Alto Impacto	(Total de Eventos de Alto Impacto Realizados/Total de Eventos de Alto Impacto Proyectados)*100	Trimestral	3	tramites y servicios de congresos	0	1			Informe de Actividades del FIDETUR	Los eventos son de alto impacto promocional y generan una importante derrama economica
5.1													

B

5.2	Se propone apoyar a filmaciones que generen derrama económica para el sector turístico del destino.	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	Metas por Realizar Apoyo a filmaciones	(Total de Apoyo a Filmaciones Realizadas/Total de Apoyo a Filmaciones Proyectadas)*100	Trimestral	2	Filmaciones	0	0	Informe de Actividades del FIDETUR	Los eventos son de alto impacto promocional y generan una importante derrama económica.
6.1	Realizar programas cooperativos con líneas aéreas nacionales e internacionales	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	Metas por Realizar Cooperativos Lineas Aereas Nacionales e Internacionales	(Total de Cooperativos Lineas Aereas Nacionales e Internacionales Realizados/Total de Cooperativos Lineas Aereas Nacionales e Internacionales Proyectados)*100	Trimestral	3	Cooperativos lineas aereas nacionales e internacionales	1	0	Informe de Actividades del FIDETUR	La conectividad aerea, terrestre y maritima, permite mejorar las facilidades de arribo del turismo nacional e internacional.
6.2	Participar en eventos especializados.	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	Metas por Realizar Eventos Aereos Especializados.	(Total de Eventos Especializados Aereos Realizados/Total de Eventos Especializados Aereos Proyectados)*100	Trimestral	1	Eventos Aereos Especializados	0	1	Informe de Actividades del FIDETUR	La conectividad aerea, terrestre y maritima, permite mejorar las facilidades de arribo del turismo nacional e internacional.
6.3	Participar en 1 evento especializado en el segmento de cruceros.	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	Metas por Realizar Eventos Cruceros Especializados.	(Total de Eventos Especializados Cruceros Realizados/Total de Eventos Especializados Cruceros Proyectados)*100	Trimestral	2	Eventos de Cruceros Especializados	0	1	Informe de Actividades del FIDETUR	La conectividad aerea, terrestre y maritima, permite mejorar las facilidades de arribo del turismo nacional e internacional.
6.4	Participar en 2 programas cooperativos de publicidad con líneas de autobuses.	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	Metas por Realizar Cooperativos Lineas de Autobuses.	(Total de Cooperativos Lineas de Autobuses Realizados/Total de Cooperativos Lineas de Autobuses Proyectados)*100	Trimestral	2	Cooperativos lineas de autobuses	0	0	Informe de Actividades del FIDETUR	La conectividad aerea, terrestre y maritima, permite mejorar las facilidades de arribo del turismo nacional e internacional.
7.1	Capacitaciones para la prevencion y erradicacion de la violencia	Lic. Gabriel Venancio Gerardo	Metas por Realizar Capacitaciones para la prevencion y erradicacion de la violencia	(Total de Capacitaciones para la prevencion y erradicacion de la violencia Realizados/Total de Capacitaciones para la prevencion y erradicacion de la violencia proyectados)*100	Trimestral	3	Eventos para prevenir el acoso laboral y social	1	1	Informe de Actividades del FIDETUR	Apoyar a la concientizacion de la equidad de genero en el sector turistico.

7.2	Material Promocional	Lic. Gabriel Venancio Gerardo	Metas por Realizar Material Promocional Equidad de Genero	(Total de Apoyar Material Promocional Equidad de Genero Realizados/Total de Material Promocional Equidad de Genero proyectado)*100	Trimestral	200	Material Promocional Equidad de Genero	0	0		Informe de Actividades del FIDETUR	Apoyar a la concientizacion de la equidad de genero en el sector turistico.
7.3	Evento para prevenir el acoso laboral y social	Lic. Gabriel Venancio Gerardo	Metas por Realizar Evento para prevenir el acoso laboral y social	(Total de Evento para prevenir el acoso laboral y social Realizados/Total de Evento para prevenir el acoso laboral y social proyectado)*100	Trimestral	1	Evento para prevenir el acoso laboral y social	0	0		Informe de Actividades del FIDETUR	Apoyar a la concientizacion de la equidad de genero en el sector turistico.
8.1	Estudio sobre el perfil del turista	Lic. Luis Alfonso Plauchud Torpey	Metas por Realizar Estudio sobre el perfil del turista	(Total de Estudio sobre el perfil del turista Realizados/Total de Estudio sobre el perfil del turista proyectado)*100	Trimestral	1	Estudio sobre el perfil del turista	0	0		Informe de Actividades del FIDETUR	Apoyar y Coordinar y elaboracion de un proyecto organizacional
8.2	Capacitaciones de planeacion organizacional	Lic. Luis Alfonso Plauchud Torpey	Metas por Realizar Capacitaciones de planeacion organizacional	(Total de Capacitaciones de planeacion organizacional Realizados/Total de Capacitaciones de planeacion organizacional proyectados)*100	Trimestral	3	Capacitaciones de planeacion organizacional	0	0		Informe de Actividades del FIDETUR	Apoyar y Supervisar la elaboracion de indicadores y diagnosticos especificos
8.3	Congreso de planeacion estrategica	Lic. Luis Alfonso Plauchud Torpey	Metas por Realizar para Congreso de planeacion estrategica	(Total de Congreso de planeacion estrategica Realizados/Total de Congreso de planeacion estrategica proyectados)*100	Trimestral	1	Congreso de planeacion estrategica	0	0		Informe de Actividades del FIDETUR	Apoyar y Supervisar la elaboracion de indicadores y diagnosticos especificos
9.1	Cumplir con los gastos de operación, pago de nómina, pago de 50 días de aguinaldo, bono del día de las madres, bono del día del padre, impuestos federales y aportaciones de seguridad social para el funcionamiento del Fideicomiso.	Lic. Beatriz Renteria Cardenas	Metas por Realizar Gasto Operativo 2020	(Total de Gasto Operativo Realizado/Total de Gasto Operativo Proyectado)*100	Trimestral	12	Gastos de Operación	3	3		Informe de Actividades del FIDETUR	Cubrir al 100% los gastos de operación derivados de las relaciones labores, impuesto federales y aportaciones de seguridad social.

10.1	Los servicios profesionales que se tienen contratados mediante honorarios, referente a Marketing, Fotografía, Video y servicios financieros y legales de acuerdo a lo dispuesto en las leyes Federales, Estatales y Locales.	Lic. Beatriz Renteria Cardenas	Metas por Realizar Servicios Profesionales	(Total de Servicios Profesionales Realizados/Total de Servicios Profesionales proyectado)*100	Trimestral	12	Servicios Profesionales	3	3		Informe de Actividades del FIDETUR	Se cuenta con servicios financieros, legales y administrativos.
11.1	Cumplir con las obligaciones de los impuestos estatales, servicios bancarios, mantenimiento de oficina y otros servicios generales,	Lic. Beatriz Renteria Cardenas	Metas por Realizar Otros Servicios Generales	(Total de Otros Servicios Generales Realizados/Total de Otros Servicios Generales proyectados)*100	Trimestral	12	Otros Servicios Generales	3	3		Informe de Actividades del FIDETUR	Cubrir con pagos de impuestos estatales, servicios bancarios, servicios generales y mantenimiento del patrimonio del fideicomiso.


 Elaborado por
L.C. Arturo David Gonzalez Almazan
 Jefe del Departamento de Contabilidad


 Supervisado por
L.C. Beatriz Renteria Cardenas
 Directora de Administracion y Finanzas


 Revisado por
Lic. Aida Patricia Pérez Pérez
 Directora Operativa


 Aprobado por
C. Manuel Negrete Arias
 Presidente del Comité Técnico





