



Formato 4. MIR 2026

Eje: 2 DESARROLLO ECONOMICO SOSTENIBLE
Objetivo: 2.38 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
Estrategia: 2.38.2-INCREMENTAR LA ESTADIA PROMEDIO QUE PERMITA UNA MAYOR DERRAMA ECONOMICA
Línea de Acción: 2.38.2.1 FOMENTAR EL AUMENTO DE LA OCUPACION HOTELERA

| | Matriz de indicadores para Resultados | | | |
|-------------------------------------|--|---|------------------------------------|---|
| | Resumen Narrativo | Indicadores de desempeño | Medios de Verificación | Supuestos |
| Fin | Contribuir al incremento de la afluencia Turística de Acapulco como destino. | Tasa de crecimiento anual en la captación de turistas | Estadísticas de turismo | Reforzando la imagen de Acapulco como destino turístico de calidad |
| Propósito (resultados) | Promoción y difusión turística de Acapulco consolidada | Numero de Programas de Promoción realizados. | Informe de Actividades del FIDETUR | Incrementa la afluencia de turismo nacional e internacional |
| Componentes (Servicios y Productos) | Publicidad para mejorar el posicionamiento de Acapulco como destino turístico en los mercados nacionales e internacionales | Inserciones Imagen del Destino | Informe de Actividades del FIDETUR | Se realiza el Plan Estratégico de Mercadotecnia de acuerdo a los programas y presupuestos sin alteraciones. |
| Componentes (Servicios y Productos) | Promoción Nacional constante de nuevos atractivos y servicios turísticos | Viajes de Promoción Nacional e Internacional | Informe de Actividades del FIDETUR | Existen acuerdos en las entidades involucradas para realizar las acciones programadas |
| Componentes (Servicios y Productos) | Comunicación Relaciones Públicas para contribuir con la reputación favorable del destino turístico. | Publicaciones Gratuitas Digitales y Tradicionales. | Informe de Actividades del FIDETUR | Existe interés por parte de los medios involucrados en el sector turístico. |

[Handwritten signatures and initials in blue ink]

| | | | | |
|-------------------------------------|--|---|------------------------------------|--|
| Componentes (Servicios y Productos) | Turismo de Reuniones para promover el segmento en Ferias y Eventos Especializados Nacionales e Internacionales | Congresos y Convenciones | Informe de Actividades del FIDETUR | Existe interes en realizar congresos y convenciones en acapulco |
| Componentes (Servicios y Productos) | Apoyo a Eventos de Alto Impacto y Filmaciones que sumen favorablemente a la imagen del destino a nivel Nacional e Internacional | Eventos de Alto Impacto | Informe de Actividades del FIDETUR | Los eventos de alto impacto promocional generan una importante derrama economica. |
| Componentes (Servicios y Productos) | Apoyo a la Conectividad mediante apoyo de lineas Aereas, Cruceros y Autobuses que faciliten el arribo del turismo nacional e internacional | Cooperativos con Lineas Aereas, Terrestres y Cruceros | Informe de Actividades del FIDETUR | La conectividad aerea, terrestre y maritima, permite mejorar las facilidades de arribo del turismo nacional e internacional. |
| Componentes (Servicios y Productos) | Perspectiva de Genero Impulsado que permita brindar a las mujeres y hombres las mismas oportunidades, condiciones y forma de trato, respetando sus derechos como ciudadanos. | Equidad de Genero | Informe de Actividades del FIDETUR | Apoyar a la concientizacion de la equidad de genero en el sector turistico. |
| Componentes (Servicios y Productos) | Estudios e investigaciones que apoyen a la toma de decisiones estrategicas. | Planeacion y Evaluacion | Informe de Actividades del FIDETUR | Realizar estudios e investigaciones con la finalidad de tomar las mejores decisiones estrategicas para la promocion del destino turistico. |
| Componentes (Servicios y Productos) | Gastos Operación para cubrir el pago de nomina, prestaciones, impuestos federales y aportaciones de seguridad social para el funcionamiento del Fideicomso. | Gasto Operativo | Informe de Actividades del FIDETUR | Cubrir al 100% los gastos de operación derivados de las relaciones labores impuesto federales y aportaciones de seguridad social |

Handwritten signatures and initials in blue ink at the bottom of the page, including a large stylized 'A' on the left, several smaller signatures, and a circled 'TC' in the center.

Handwritten initials 'JA' in blue ink on the right side of the page.

| | | | | |
|-------------------------------------|---|--------------------------------------|------------------------------------|---|
| Componentes (Servicios y Productos) | Servicios Profesionales para cubrir los honorarios Legales y Financieros para cumplir con la presentacion de Estados Financieros, Informe Semestral y Cuenta Publica. | Servicios Profesionales | Informe de Actividades del FIDETUR | Se cuenta con servicios financieros, legales y administrativos. |
| Componentes (Servicios y Productos) | Otros Servicios Generales para cumplir con el pago de servicios basicos, materiales y de mantenimiento del Fideicomiso. | Otros Servicios Generales | Informe de Actividades del FIDETUR | Cubrir con pagos de impuestos estatales, servicios bancarios, servicios generales y mantenimiento del patrimonio del fideicomiso. |
| Actividades (Publicidad) | Imagen del destino | Imagen del destino | Informe de Actividades del FIDETUR | Se realiza el Plan Estratégico de Mercadotecnia de acuerdo a los programas y presupuestos sin alteraciones. |
| Actividades (Publicidad) | Seguidores en Redes Sociales | Seguidores en Redes Sociales | Informe de Actividades del FIDETUR | Se realiza el Plan Estratégico de Mercadotecnia de acuerdo a los programas y presupuestos sin alteraciones. |
| Actividades (Publicidad) | Publicaciones digitales nacionales e internacionales. | Publicaciones digitales | Informe de Actividades del FIDETUR | Se realiza el Plan Estratégico de Mercadotecnia de acuerdo a los programas y presupuestos sin alteraciones. |
| Actividades (Publicidad) | Impresiones digitales nacionales e internacionales. | Impresiones en Redes Sociales | Informe de Actividades del FIDETUR | Se realiza el Plan Estratégico de Mercadotecnia de acuerdo a los programas y presupuestos sin alteraciones. |
| Actividades (Publicidad) | Material promocional en ferias, seminarios caravanas y eventos programadas. | Material Promocional | Informe de Actividades del FIDETUR | Se realiza el Plan Estratégico de Mercadotecnia de acuerdo a los programas y presupuestos sin alteraciones. |
| Actividades (Publicidad) | Publicaciones con socios comerciales | Publicaciones con socios comerciales | Informe de Actividades del FIDETUR | Se realiza el Plan Estratégico de Mercadotecnia de acuerdo a los programas y presupuestos sin alteraciones. |

Handwritten signatures and initials in blue ink at the bottom of the page, including a large stylized 'A' on the left and various other scribbles and initials across the bottom.

| | | | | |
|--|--|--|------------------------------------|---|
| Actividades (Promocion) | Realizar 6 viajes de promoción (Caravanas, Ferias y/o Eventos FITUR, ANATO y SITV entre otros) | Caravanas, Ferias y/o Eventos | Informe de Actividades del FIDETUR | Existen acuerdos en las entidades involucradas para realizar las acciones programadas |
| Actividades (Promocion) | Contar con los materiales necesarios: video, presentaciones, folleto digital y newsletter. | Materiales Promocionales | Informe de Actividades del FIDETUR | Existen acuerdos en las entidades involucradas para realizar las acciones programadas |
| Actividades (Promocion) | Realizar 12 webinars de la mano de tour operadores en ciudades y mercados naturales: Ciudad de México, Estado de México, Toluca, Puebla, Pachuca, Querétaro y Morelos. | Webinars con operadores en ciudades y mercados naturales | Informe de Actividades del FIDETUR | Existen acuerdos en las entidades involucradas para realizar las acciones programadas |
| Actividades (Promocion) | Realizar 1 webinar en cada ciudad que cuente con conectividad aérea en Guadalajara, Ciudad de México, AIFA, Monterrey, Tijuana y Querétaro | Webinars con operadores en ciudades y mercados con conectividad aérea. | Informe de Actividades del FIDETUR | Existen acuerdos en las entidades involucradas para realizar las acciones programadas |
| Actividades (Promocion) | Realizar viajes de familiarización para agentes viajes de aquellas ciudades con las que se tenga conectividad aérea y para agencias de viajes mayoristas | Viajes de Familiarización | Informe de Actividades del FIDETUR | Existen acuerdos en las entidades involucradas para realizar las acciones programadas |
| Actividades (Comunicación y Relaciones Publicas) | Generar 1 boletín de prensa mensual en español | Boletin de Prensa en Español | Informe de Actividades del FIDETUR | Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico. |
| Actividades (Comunicación y Relaciones Publicas) | Generar 1 newsletter mensual con novedades del destino (español) | Generar 1 newsletter mensual | Informe de Actividades del FIDETUR | Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico. |
| Actividades (Comunicación y Relaciones Publicas) | Generar 2,000 publicaciones gratuitas en medios de comunicación digital y tradicional en los mercados meta. | Publicaciones gratuitas digitales y tradicionales | Informe de Actividades del FIDETUR | Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico. |

Handwritten signatures and initials in blue ink at the bottom of the page, including a large signature on the left, several smaller initials in the center, and a signature on the right.

| | | | | |
|---|---|---|------------------------------------|---|
| Actividades (Comunicación y Relaciones Publicas) | Generar 4 entrevistas mensuales con diversos medios de comunicación nacionales e internacionales con los principales voceros de Acapulco. | Entrevistas nacionales e internacionales | Informe de Actividades del FIDETUR | Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico. |
| Actividades (Comunicación y Relaciones Publicas) | Realizar minimo 2 de viajes de familiarización contemplando los mercados mencionados nacionales e internacionales. | Viajes de Familiarizacion nacionales e internacionales. | Informe de Actividades del FIDETUR | Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico. |
| Actividades (Comunicación y Relaciones Publicas) | Boletin mensual sobre las acciones del FIDETUR | Boletines de Prensa de Acciones FIDETUR | Informe de Actividades del FIDETUR | Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico. |
| Actividades (Comunicación y Relaciones Publicas) | Realizar Newsletter bimestral de las acciones de FIDETUR. | Newsletter FIDETUR | Informe de Actividades del FIDETUR | Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico. |
| Actividades (Comunicación y Relaciones Publicas) | Relizar 2 Entrevistas mensuales en medios de comunicación locales | Entrevistas medios locales | Informe de Actividades del FIDETUR | Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico. |
| Actividades (Comunicación y Relaciones Publicas) | Lograr 27,000 seguidores en redes sociales | Seguidores en Redes Sociales | Informe de Actividades del FIDETUR | Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico. |
| Actividades (Comunicación y Relaciones Publicas) | Publicar 3,000 mensajes en todos los perfiles. | Publicaciones en Redes Sociales | Informe de Actividades del FIDETUR | Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico. |
| Actividades (Comunicación y Relaciones Publicas) | Superar los 10 millones de impresiones. | Impresiones en Redes Sociales | Informe de Actividades del FIDETUR | Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico. |
| Actividades (Congresos y Convenciones) | Participar en al menos en un 1 Feria y/o Congreso Nacional sobre el Turismo de Reuniones y temas afines, para atraer eventos para Acapulco. | Congresos y Convenciones | Informe de Actividades del FIDETUR | Existe interes en realizar Congresos y Convenciones en Acapulco. |


A series of approximately ten handwritten signatures in blue ink are located at the bottom of the page, below the table. The signatures vary in style and complexity, including some that appear to be initials or stylized names.


| | | | | |
|---|---|---|------------------------------------|--|
| Actividades (Apoyo a Eventos de Alto Impacto) | Se propone apoyar y participar en eventos de alto impacto promocional, que generan derrama económica y posicionen al destino. | Eventos de Alto Impacto | Informe de Actividades del FIDETUR | Los eventos son de alto impacto promocional y generan una importante derrama económica. |
| Actividades (Apoyo a Eventos de Alto Impacto) | Se propone apoyar y participar en filmaciones en el Destino. | Apoyo a filmaciones | Informe de Actividades del FIDETUR | Los eventos son de alto impacto promocional y generan una importante derrama económica. |
| Actividades (Apoyo a Eventos de Alto Impacto) | Posicionar la marca del destino en eventos de alto impacto del destino turístico. | Posicionar la marca del destino | Informe de Actividades del FIDETUR | Los eventos son de alto impacto promocional y generan una importante derrama económica. |
| Actividades (Apoyo a la conectividad) | Realizar al menos con 1 programa cooperativo con líneas aéreas nacionales e internacionales, | Cooperativos Líneas Aereas Nacionales e Internacionales | Informe de Actividades del FIDETUR | La conectividad aérea, terrestre y marítima, permite mejorar las facilidades de arribo del turismo nacional e internacional. |
| Actividades (Apoyo a la conectividad) | Participar al menos con 1 evento especializado en el segmento de cruceros. | Eventos Cruceros Especializados. | Informe de Actividades del FIDETUR | La conectividad aérea, terrestre y marítima, permite mejorar las facilidades de arribo del turismo nacional e internacional. |
| Actividades (Apoyo a la conectividad) | Participar al menos con 1 programa cooperativo de publicidad con líneas de autobuses. | Cooperativos Líneas de Autobuses. | Informe de Actividades del FIDETUR | La conectividad aérea, terrestre y marítima, permite mejorar las facilidades de arribo del turismo nacional e internacional. |
| Actividades (Apoyo a la Equidad de Género) | Realizar dos capacitaciones o talleres, presenciales o virtuales, encaminados a la prevención y erradicación de la violencia contra las mujeres, niñas y jóvenes, que coadyuven al respeto de los derechos humanos. | Apoyo a la Equidad de Género | Informe de Actividades del FIDETUR | Apoyar a la concientización de la equidad de género en el sector turístico. |

| | | | | |
|---------------------------------------|---|---|------------------------------------|--|
| Componentes (Planeación y Evaluación) | Realizar de 2 capacitaciones anuales internas orientadas a la transferencia de conocimiento acerca de temas relacionados a la Planeación y Evaluación | capacitaciones anuales internas orientadas relacionados a los temas Planeación y Evaluación | Informe de Actividades del FIDETUR | Los estudios e investigaciones realizadas seran de vital importancia para tomar decisiones estretgicas que serviran para la promocion del destino turistico. |
| Actividades (Gasto Operativo) | Cumplir con los gastos de operación, pago de nómina de sueldos y salarios, asimilables a salarios, 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 Operativo | Informe de Actividades del FIDETUR | Cubrir al 100% los gastos de operación derivados de las relaciones labores, impuesto federales y aportaciones de seguridad social. |
| Actividades (Servicios Profesionales) | Los servicios profesionales que se tienen contratados mediante honorarios, referente a Marketing, Fotografía, Video y servicios financieros y legales, mantenimiento de computos y sistemas, servicios de limpieza y otros servicios requeridos para el funcionamiento del Fideicomiso. | Servicios Profesionales | Informe de Actividades del FIDETUR | Se cuenta con servicios financieros, legales y administrativos. |

Handwritten signatures in blue ink, including a large stylized 'A' on the left, a signature with 'TC' in a circle, and several other illegible signatures.

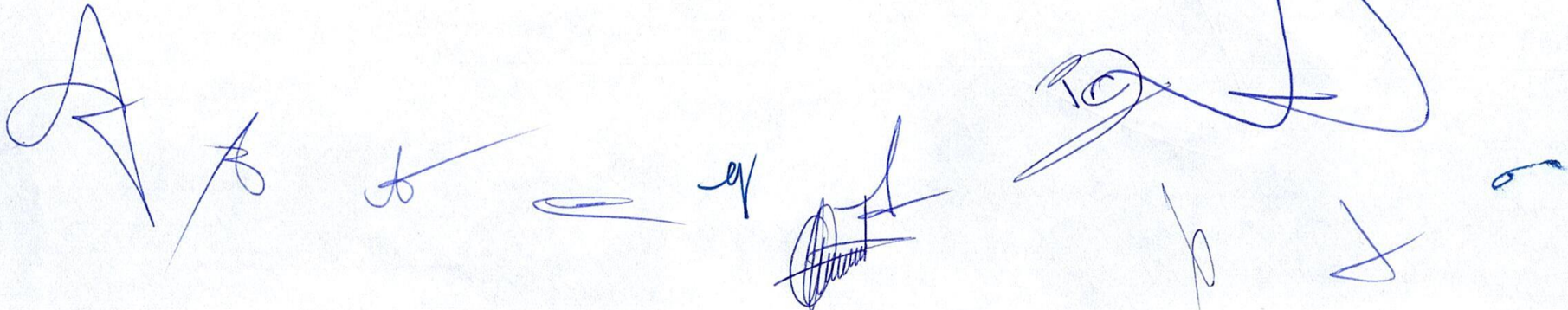
| | | | | |
|--|---|----------------------------------|---|--|
| <p>Actividades (Otros Servicios Generales)</p> | <p>Cumplir con las obligaciones de los impuestos estatales, servicios bancarios, mantenimiento de oficina y otros servicios generales requeridos de acuerdo a lo dispuesto en las leyes Federales, Estatales y Locales.</p> | <p>Otros Servicios Generales</p> | <p>Informe de Actividades del FIDETUR</p> | <p>Cubrir con pagos de impuestos estatales, servicios bancarios, servicios generales y mantenimiento del patrimonio del fideicomiso.</p> |
|--|---|----------------------------------|---|--|


 Elaborado por
Lic. Luis Alfonso Plauchud Torpey
 Titular de la Unidad de Planeación y Evaluación


 Revisado por
Lic. Aida Patricia Pérez Pérez
 Directora Operativa


 Aprobado por
C. Manuel Negrete Arias
 Presidente del Comité Técnico





MATRIZ DEL MARCO LOGICO 2026

Ejercicio Presupuestal: 2026

ODS:8 Trabajo decente y crecimiento económico

Dimensión. 9 turismo

Eje: 2 Desarrollo Económico 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

| Resumen Narrativo | Responsable | Nombre del Indicador | Método de Cálculo | Frecuencia de Medición | Línea base | Unidad de medida | Meta 2026 | | | | Fuentes de verificación | Supuestos |
|---|--------------------------------|---|--|------------------------|------------|-------------------------|-----------|----|----|----|--|---|
| | | | | | | | T1 | T2 | T3 | T4 | | |
| Fin 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 | (Número 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 |
| Propósito Promoción y difusión turística de Acapulco consolidada | Lic. Aida Patricia Pérez Pérez | Número de Programas de Promoción realizados. | (Acciones realizadas/Total de Acciones Programadas)*100 | Anual | | Acciones | | | | | Informe de Actividades del FIDETUR | Incrementa la afluencia de turismo nacional e internacional |
| Componente 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 | | | | | Secretaría de Finanzas y Administración del Estado de Guerrero | Fomentar el aumento de ocupación hotelera |
| 1.1 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 | | | | | Informe de Actividades del FIDETUR | Se realiza el Plan Estratégico de Mercadotecnia de acuerdo a los programas y presupuestos sin alteraciones. |
| 1.2 Seguidores en Redes Sociales | Lic. Aida Patricia Pérez Pérez | Realizar Seguidores Redes Sociales | (Total de Material Promocional Realizados/Total de Material Promocional Proyectado)*100 | Trimestral | 27,000 | Material Promocional | | | | | Informe de Actividades del FIDETUR | Se realiza el Plan Estratégico de Mercadotecnia de acuerdo a los programas y presupuestos sin alteraciones. |
| 1.3 Publicaciones digitales nacionales e internacionales. | Lic. Aida Patricia Pérez Pérez | Realizar Publicaciones Digitales | (Total de Publicaciones Digitales Realizadas/Total de Publicaciones Digitales Proyectadas)*100 | Trimestral | 3000 | Publicaciones Digitales | | | | | Informe de Actividades del FIDETUR | Se realiza el Plan Estratégico de Mercadotecnia de acuerdo a los programas y presupuestos sin alteraciones. |

| | | | | | | | | | | | | |
|-----|--|---------------------------------------|--|--|------------|------------|---|--|--|--|------------------------------------|---|
| 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 | | | | 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 | 15,000 | Material Promocional | | | | 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 | 20 | Publicaciones con Socios Comerciales | | | | Informe de Actividades del FIDETUR | Se realiza el Plan Estratégico de Mercadotecnia de acuerdo a los programas y presupuestos sin alteraciones. |
| 2.1 | Realizar Caravanas, Ferias y/o Eventos FITUR, ANATO y SITV entre otros | Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun | Metas por Realizar 6 viajes de promoción (Caravanas, Ferias y/o Eventos FITUR, ANATO y SITV entre otros) | (Total de 6 viajes de promoción (Caravanas, Ferias y/o Eventos FITUR, ANATO y SITV entre otros) Realizados/Total de 6 viajes de promoción (Caravanas, Ferias y/o Eventos FITUR, ANATO y SITV entre otros) Proyectados)*100 | Trimestral | 6 | (Caravanas, Ferias y/o Eventos FITUR, ANATO y SITV entre otros) | | | | Informe de Actividades del FIDETUR | Existen acuerdos en las entidades involucradas para realizar las acciones programadas |
| 2.2 | Contar con Material Promocional | Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun | Metas por Contar con los materiales necesarios: video, presentaciones, folleto digital y newsletter. | (Total de Material Promocional Realizados/Total de Material Promocional Proyectados)*100 | Trimestral | 20 | Material Promocional | | | | Informe de Actividades del FIDETUR | Existen acuerdos en las entidades involucradas para realizar las acciones programadas |
| 2.3 | Realizar 12 webinars de la mano de tour operadores en ciudades y mercados naturales: Ciudad de México, Estado de México, Toluca, Puebla, Pachuca, Querétaro y Morelos. | Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun | Metas por Realizar 12 webinars de la mano de tour operadores en ciudades y mercados naturales | (Total de 12 webinars de la mano de tour operadores en ciudades y mercados naturales Realizados/Total de 12 webinars de la mano de tour operadores en ciudades y mercados naturales Proyectados)*100 | Trimestral | 12 | Webinars en mercados naturales | | | | Informe de Actividades del FIDETUR | Existen acuerdos en las entidades involucradas para realizar las acciones programadas |

| | | | | | | | | | | | | |
|-----|--|---------------------------------------|--|--|------------|------|---|--|--|--|------------------------------------|---|
| 2.4 | Realizar 1 webinar en cada ciudad que cuente con conectividad aérea en Guadalajara, Ciudad de México, AIFA, Monterrey, Tijuana y Querétaro | Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun | Metas por Realizar 1 webinar en cada ciudad que cuente con conectividad | (Total de webinar en cada ciudad que cuente con conectividad Realizados/Total de webinar en cada ciudad que cuente con conectividad Proyectados)*100 | Trimestral | 6 | Webinars en mercados con conectividad aérea | | | | Informe de Actividades del FIDETUR | Existen acuerdos en las entidades involucradas para realizar las acciones programadas |
| 2.5 | Realizar viajes de familiarización para agentes viajes de aquellas ciudades con las que se tenga conectividad aérea y para agencias de viajes mayoristas | Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun | Metas por Realizar viajes de familiarización para agentes viajes | (Total de viajes de familiarización para agentes viajes Realizados/Total de viajes de familiarización para agentes viajes Proyectados)*100 | Trimestral | 2 | Ferias Nacionales | | | | 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 Boletín de Prensa en Español | (Total de Boletín de Prensa en Español Realizados/Total de Boletín de Prensa en Español Proyectados)*100 | Trimestral | 12 | Boletines de Prensa en Español | | | | Informe de Actividades del FIDETUR | Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico. |
| 3.2 | Generar Newsletter Mensual (español e ingles). | Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun | Metas por Realizar Newsletter Español | (Total de Newsletter Español Realizados/Total de Newsletter Español Proyectados)*100 | Trimestral | 12 | Newlatters | | | | Informe de Actividades del FIDETUR | Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico. |
| 3.3 | 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. | | | | Informe de Actividades del FIDETUR | Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico. |
| 3.4 | 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 | | | | Informe de Actividades del FIDETUR | Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico. |
| 3.5 | Realizar 2 de viajes de familiarización contemplando los mercados mencionados nacionales e internacionales. | Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun | Metas por Realizar Viajes de Familiarización nacionales e internacionales. | (Total de Viajes de familiarización nacionales e internacionales Realizados/Total de Viajes de familiarización nacionales e internacionales Proyectados)*100 | Trimestral | 2 | Familiarización Nacionales e Internacionales | | | | Informe de Actividades del FIDETUR | Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico. |

Actividad

| | | | | | | | | | | | | | |
|------|---|---------------------------------------|--|--|------------|------------|---|--|--|--|--|------------------------------------|---|
| 3.6 | 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 | | | | | Informe de Actividades del FIDETUR | Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico. |
| 3.7 | 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 | Newletters | | | | | Informe de Actividades del FIDETUR | Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico. |
| 3.8 | 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 | | | | | Informe de Actividades del FIDETUR | Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico. |
| 3.9 | 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 Proyectadas)*100 | Trimestral | 27,000 | Publicaciones en Redes Sociales | | | | | Informe de Actividades del FIDETUR | Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico. |
| 3.10 | 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 Proyectadas)*100 | Trimestral | 3,000 | Publicaciones en Redes Sociales | | | | | Informe de Actividades del FIDETUR | Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico. |
| 3.1 | 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 | | | | | Informe de Actividades del FIDETUR | Existe interes por parte de los medios involucrados en el sector turistico. |
| 4.1 | Participar en al menos 1 Feria y/o Congreso Nacional 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 | 1 | Congresos y Convenciones | | | | | Informe de Actividades del FIDETUR | Existe interes en realizar Congresos y Convenciones en Acapulco. |
| 5.1 | 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 | | | | | Informe de Actividades del FIDETUR | Los eventos son de alto impacto promocional y generan una importante derrama economica. |

| | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|--------------------------------|---|--|------------|---|---|--|--|--|--|------------------------------------|--|
| 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 | 1 | Filmaciones | | | | | 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 Líneas Aereas Nacionales e Internacionales | (Total de Cooperativos Líneas Aereas Nacionales e Internacionales Realizados/Total de Cooperativos Líneas Aereas Nacionales e Internacionales Proyectados)*100 | Trimestral | 1 | Cooperativos líneas aereas nacionales e internacionales | | | | | 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 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 | 1 | Eventos de Cruceros Especializados | | | | | 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 programas cooperativos de publicidad con líneas de autobuses. | Lic. Aida Patricia Pérez Pérez | Metas por Realizar Cooperativos Líneas de Autobuses. | (Total de Cooperativos Líneas de Autobuses Realizados/Total de Cooperativos Líneas de Autobuses Proyectados)*100 | Trimestral | 1 | Cooperativos líneas de autobuses | | | | | Informe de Actividades del FIDETUR | La conectividad aerea, terrestre y maritima, permite mejorar las facilidades de arribo del turismo nacional e internacional. |
| 7.1 | Realizar dos capacitaciones o talleres, presenciales o virtuales, encaminados a la prevención y erradicación de la violencia contra las mujeres, niñas y jóvenes, que coadyuven al respeto de los derechos humanos, a la equidad de género y a la igualdad entre el personal del Fideicomiso para la Promoción Turística de Acapulco y hacia la sociedad en general | 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 | 2 | Eventos para prevenir el acoso laboral y social | | | | | Informe de Actividades del FIDETUR | Apoyar a la concientizacion de la equidad de genero en el sector turistico. |

| | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|-----------------------------------|---|---|------------|----|--|--|--|--|--|------------------------------------|--|
| | Realizar de 2 capacitaciones anuales internas orientadas a la transferencia de conocimiento acerca del tema de Planeación y | Lic. Luis Alfonso Plauchud Torpey | Metas por Realizar capacitaciones orientadas a la transferencia de conocimiento acerca del tema de Planeación y | (Total de capacitaciones orientadas a la transferencia de conocimiento acerca del tema de Planeación y Evaluación Realizados/Total de capacitaciones orientadas a la transferencia de conocimiento acerca del tema de Planeación y Evaluación proyectado)*100 | Trimestral | 2 | Capacitaciones orientadas a la transferencia de conocimiento acerca del tema de Planeación y | | | | | Informe de Actividades del FIDETUR | Apoyar y Coordinar y elaboracion de un proyecto organizacional |
| 8.1 | Evaluación | | Evaluación | | | | Evaluación | | | | | | |
| | Participar en al menos 2 foros, seminarios y capacitaciones organizados por instancias públicas o académicas. | Lic. Luis Alfonso Plauchud Torpey | Metas por Realizar 2 foros, seminarios y capacitaciones organizados por instancias públicas o académicas. | (Total de seminarios y capacitaciones organizados por instancias públicas o académicas Realizados/Total de seminarios y capacitaciones organizados por instancias públicas o académicas proyectados)*100 | Trimestral | 2 | Congreso de planeacion estrategica | | | | | Informe de Actividades del FIDETUR | Apoyar y Supervisar la elaboracion de indicadores y diagnosticos especificos |
| 8.2 | | | | | | | | | | | | | |
| | Cumplir con los gastos de operación, pago de nómina de sueldos y salarios, asimilables a salarios, 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 Rentería Cardenas | Metas por Realizar Gasto Operativo | (Total de Gasto Operativo Realizado/Total de Gasto Operativo Proyectado)*100 | Trimestral | 12 | Gastos de Operación | | | | | Informe de Actividades del FIDETUR | Cubrir al 100% los gastos de operación derivados de las relaciones laborales, impuesto federales y aportaciones de seguridad social. |
| 9.1 | | | | | | | | | | | | | |
| | 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 Rentería Cardenas | Metas por Realizar Servicios Profesionales | (Total de Servicios Profesionales Realizados/Total de Servicios Profesionales Proyectado)*100 | Trimestral | 12 | Servicios Profesionales | | | | | Informe de Actividades del FIDETUR | Se cuenta con servicios financieros, legales y administrativos. |
| 10 | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|--------------------------------|---|------------------|------------|----|---------------------------|--|--|--|--|------------------------------------|---|
| 11 | Cumplir con las obligaciones de los impuestos estatales, servicios bancarios, mantenimiento de oficina y otros servicios generales, | Lic. Beatriz Rentería Cardenas | Metas por | (Total de Otros | Trimestral | 12 | Otros Servicios Generales | | | | | Informe de Actividades del FIDETUR | Cubrir con pagos de impuestos estatales, servicios bancarios, servicios generales y mantenimiento del patrimonio del fideicomiso. |
| | Realizar Otros Servicios Generales | | Realizados/Total de Otros Servicios Generales | Proyectados)*100 | | | | | | | | | |

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

Supervisado por
L.C. Beatriz Rentería Cárdenas
Directora de Administración y Finanzas

Revisado por
Lic. Aida Patricia Pérez Pérez
Directora Operativa

Aprobado por
C. Manuel Negrete Arias
Presidente del Comité Técnico

