TRANSFORMANDO
GUERRERO
GOBIERNO DEL ESTADO
2021 - 2027

Acapulco
FIDEICOMISO PARA
LA PROMOCIÓN TURÍSTICA
DE ACAPULCO

Formato 4. MIR PRIMER SEMESTRE 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

Nivel de Objetivos	Resumen Narrativo	Nombre del Indicador	Metodo de Calculo	Frecuencia de Medición	Supuesto (Formulados en positivo)
Fin	La promoción turística nacional e internacional, que tenga como objetivo el incremento cuantitativo y cualitativo de los flujos turísticos hacia el Municipio de Acapulco.	Variacion porcentual de la derrama economica turistica en Acapulco	Derrama economica actual/Derrama economica anterior)*100	Semestral	Las condiciones de conectividad terrestre y aérea hacia el puerto permanecen estables y operativas.
Propósito	El puerto de Acapulco incrementa el flujo de turistas y estadia promedio.	Porcentaje de incremento en la ocupación hotelera anual	(Ocupación hotelera actual/Ocupación hotelera anterior)*100	Semestral	El sector hotelero mantiene la calidad de sus servicios y tarifas competitivas en el mercado
Compenente	Campaña de promoción turistica nacional e internacional ejecutadas	Porcentaje de campañas de promoción realizadas conforme a lo programada	(Numero de campañas realizadas/numero de campañas programadas)*100	Semestral	Los medios de comunicación y plataformas digitales cumplen con los contratos de difusión en los tiempos establecidos.
Actividades 1.1	Material Promocional	Porcentaje de presupuesto ejercido en Material Promocional	(Monto ejercido en Publicidad en Material Promocional/presupuesto autorizado en Material Promocional)*100	Semestral	Control de inventario y evidencia fotografica de entega del material promocional en las diferentes caravanas y eventos nacionales e internacionales
Actividades 1.2	Imagen del destino	Porcentaje de presupuesto ejercido en Publicidad en Imagen del destino	(Monto ejercido en Imagen del destino/presupuesto autorizado en Publicidad en Imagen del destino)*100	Semestral	Las agencias de medios entregan los testigos y reportes de metricas en tiempo y forma para su validación
Actividades 1.3	Publicidad en socios comerciales	Porcentaje de Publicidad en Publicidad en socios comerciales	(Monto ejercido en Publicidad en socios comerciales/presupuesto autorizado en Publicidad Publicidad en socios comerciales)*100	Semestral	Las agencias de publicidad entregan los testigos y reportes de metricas en tiempo y forma para su validación
Actividades 1.4	Publicidad en Incrementar numero de seguidores 10% (Redes Sociales)	Porcentaje de Publicidad en Incrementar numero de seguidores 10% (Redes Sociales)	(Monto ejercido en Publicidad en Incrementar numero de seguidores 10% (Redes Sociales)/Publicidad en Incrementar numero de seguidores 10% (Redes Sociales)*100	Semestral	Las agencias de publicidad entregan los testigos y reportes de metricas en tiempo y forma para su validación
Actividades 1.5	Campaña Publicitaria mensajes en perfiles (Redes Sociales)	Porcentaje de Campaña Publicitaria mensajes en perfiles (Redes Sociales)	(Monto ejercido en Campaña Publicitaria mensajes en perfiles (Redes Sociales)/presupuesto autorizado en Campaña Publicitaria mensajes en perfiles (Redes Sociales)*100	Semestral	Las agencias de publicidad entregan los testigos y reportes de metricas en tiempo y forma para su validación

Actividades 1.6	Publicidad en Impresiones (Redes Sociales)	Porcentaje de presupuesto ejercido en Publicidad en Impresiones (Redes Sociales)	(Monto ejercido en Publicidad en Impresiones (Redes Sociales)/presupuesto autorizado en Publicidad en Impresiones (Redes Sociales))*100	Semestral	Las agencias de publicidad entregan los testigos y reportes de metricas en tiempo y forma para su validación
Actividades 2.1	Viajes Nacionales (Blitz)	Porcentaje de presupuesto ejercido en Viajes Nacionales (Blitz)	(Monto ejercido en Viajes Nacionales (Blitz)/presupuesto en Viajes Nacionales (Blitz)*100	Semestral	Evidencia fotografica en la participación y entega del material promocional en las diferentes caravanas y eventos nacionales e internacionales
Actividades 2.2	Viajes Internacionales (blitz)	Porcentaje de presupuesto ejercido en Viajes Internacionales (blitz)	(Monto ejercido en Viajes Internacionales (blitz)/presupuesto autorizado en Publicidad en Viajes Internacionales (blitz))*100	Semestral	Evidencia fotografica en la participación y entega del material promocional en las diferentes caravanas y eventos nacionales e internacionales
Actividades 2.3	Eventos con otras empresas	Porcentaje de Publicidad en Eventos otras empresas	(Monto ejercido en Eventos otras empresas /presupuesto autorizado en Eventos otras empresas)*100	Semestral	Evidencia fotografica en la participación y entega del material promocional en las diferentes caravanas y eventos nacionales e internacionales
Actividades 2.4	FAMS o Capacitaciones	Porcentaje de Publicidad en FAMS o Capacitaciones	(Monto ejercido en Publicidad en Publicidad en FAMS o Capacitaciones)/Publicidad en Publicidad en FAMS o Capacitaciones)*100	Semestral	Evidencia fotografica en la participación y entega del material promocional en las diferentes caravanas y eventos nacionales e internacionales
Actividades 2.5	Ferias Nacionales	Porcentaje de Ferias Nacionales	(Monto ejercido en Ferias Nacionales)/presupuesto autorizado en Ferias Nacionales)*100	Semestral	Evidencia fotografica en la participación y entega del material promocional en las diferentes caravanas y eventos nacionales e internacionales
Actividades 2.6	Ferias Internacionales	Porcentaje de presupuesto ejercido en Ferias Internacionales	(Monto ejercido en Publicidad en Ferias Internacionales)/(presupuesto autorizado en Ferias Internacionales)*100	Semestral	Evidencia fotografica en la participación y entega del material promocional en las diferentes caravanas y eventos nacionales e internacionales
Actividades 2.7	Webinars	Porcentaje de presupuesto ejercido en Webinars	(Monto ejercido en Publicidad en Webinars)/(presupuesto autorizado en Webinars)*100	Semestral	Evidencia fotografica en la participación y entega del material promocional en las diferentes caravanas y eventos nacionales e internacionales
Actividades 3.1	Boletín de prensa en español	Porcentaje de presupuesto ejercido en Boletín de prensa en español	(Monto ejercido en Publicidad en Boletín de prensa en español)/presupuesto autorizado en Viajes Nacionales (Blitz)*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización
Actividades 3.2	Boletín de prensa en ingles	Porcentaje de presupuesto ejercido en Boletín de prensa en ingles	(Monto ejercido en Boletín de prensa en ingles/presupuesto autorizado en Boletín de prensa en ingles)*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización

Actividades 3.3	Newsletter mensual (español e ingles)	Porcentaje de Publicidad en Newsletter mensual (español e ingles)	(Monto ejercido en Publicidad en Newsletter mensual (español e ingles)/presupuesto autorizado en Newsletter mensual (español e ingles)*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización
Actividades 3.4	Publicaciones gratuitas	Porcentaje de Publicidad en Publicaciones gratuitas	(Monto ejercido en Publicidad en Publicidad en Publicaciones gratuitas/Publicidad en Publicaciones gratuitas)*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización
Actividades 3.5	Entrevistas mensuales	Porcentaje de Entrevistas mensuales	(Monto ejercido en Entrevistas mensuales)/presupuesto autorizado en Entrevistas mensuales)*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización
Actividades 3.6	Viajes de familiarización	Porcentaje de presupuesto ejercido en Viajes de familiarización	(Monto ejercido en Publicidad en Ferias Internacionales)/(presupuesto autorizado en Viajes de familiarización)*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización
Actividades 3.7	Boletín de prensa acciones FIDETUR	Porcentaje de presupuesto ejercido en Boletín de prensa acciones FIDETUR	(Monto ejercido en Publicidad en Boletín de prensa acciones FIDETUR)/(presupuesto autorizado en Boletín de prensa acciones FIDETUR)*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización
Actividades 3.8	Newsletter bimestrales acciones FIDETUR	Porcentaje de presupuesto ejercido en Newsletter bimestrales acciones FIDETUR	(Monto ejercido en Publicidad en Newsletter bimestrales acciones FIDETUR)/(presupuesto autorizado en Newsletter bimestrales acciones FIDETUR)*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización
Actividades 3.9	Entrevistas mensuales medios locales	Porcentaje de presupuesto ejercido en Entrevistas mensuales medios locales	(Monto ejercido en Publicidad en Entrevistas mensuales medios locales)/(presupuesto autorizado en Entrevistas mensuales medios locales)*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización
Actividades 3.10	Incrementar numero de seguidores 10% en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	Porcentaje de presupuesto ejercido en Incrementar numero de seguidores 10% en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	(Monto ejercido en Publicidad en Incrementar numero de seguidores 10% en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR/(presupuesto autorizado en Incrementar numero de seguidores 10% en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR)*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización
Actividades 3.11	Publicar mensajes en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	Porcentaje de presupuesto ejercido en Publicar mensajes en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	(Monto ejercido en Publicidad en Publicar mensajes en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR/(presupuesto autorizado en Publicar mensajes en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR)*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización

Actividades 3.12	Impresiones en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	Porcentaje de presupuesto ejercido en Impresiones en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	(Monto ejercido en Publicidad en Impresiones en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR/(presupuesto autorizado en Impresiones en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR)*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización
Actividades 3.13	Participación y Atención a Prensa, Agentes de Viajes Nacionales e Internacionales en el Tianguis Turístico 2026.	Porcentaje de presupuesto ejercido en Participación y Atención a Prensa, Agentes de Viajes Nacionales e Internacionales en el Tianguis Turístico 2026.	(Monto ejercido en Publicidad en Participación y Atención a Prensa, Agentes de Viajes Nacionales e Internacionales en el Tianguis Turístico 2026./(presupuesto autorizado en Participación y Atención a Prensa, Agentes de Viajes Nacionales e Internacionales en el Tianguis Turístico 2026.)*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización
Actividades 4.1	IBTM Americas	Porcentaje de presupuesto ejercido en IBTM Americas	(Monto ejercido en Publicidad en IBTM Americas)/presupuesto autorizado en IBTM Americas*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales en los Eventos de Turismo de Reuniones
Actividades 4.2	IBTM Internacional	Porcentaje de presupuesto ejercido en IBTM Internacional	(Monto ejercido en IBTM Internacional/presupuesto autorizado en IBTM Internacional)*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales en los Eventos de Turismo de Reuniones
Actividades 5.1	Eventos de alto impacto	Porcentaje de presupuesto ejercido en Eventos de alto impacto	(Monto ejercido en Publicidad en Eventos de alto impacto)/presupuesto autorizado en Eventos de alto impacto*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización
Actividades 5.2	Filmaciones	Porcentaje de presupuesto ejercido en Filmaciones	(Monto ejercido en Filmaciones/presupuesto autorizado en Filmaciones)*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización
Actividades 6.1	Programas Cooperativos con Líneas Aéreas	Porcentaje de presupuesto ejercido en Programas Cooperativos con Líneas Aéreas	(Monto ejercido en Programas Cooperativos con Líneas Aéreas)/presupuesto autorizado en Programas Cooperativos con Líneas Aéreas*100	Semestral	Evidencia fotografica y en redes sociales en Publicidad con Programas Cooperativos y Eventos con Linea Aereas, Autobuses y Cruceros.
Actividades 6.2	Eventos especializados con Líneas Aéreas	Porcentaje de presupuesto ejercido en Eventos especializados con Líneas Aéreas	(Monto ejercido en Eventos especializados con Líneas Aéreas)/presupuesto autorizado en Eventos especializados con Líneas Aéreas*100	Semestral	Evidencia fotografica y en redes sociales en Publicidad con Programas Cooperativos y Eventos con Linea Aereas, Autobuses y Cruceros.
Actividades 6.3	Eventos especializados con Líneas de Autobuses	Porcentaje de presupuesto ejercido en Eventos especializados con Líneas de Autobuses	(Monto ejercido en Eventos especializados con Líneas de Autobuses)/presupuesto autorizado en Eventos especializados con Líneas de Autobuses)*100	Semestral	Evidencia fotografica y en redes sociales en Publicidad con Programas Cooperativos y Eventos con Linea Aereas, Autobuses y Cruceros.

Actividades 6.4	Evento segmento de cruceros	Porcentaje de presupuesto ejercido en Evento segmento de cruceros	(Monto ejercido en Evento segmento de cruceros)/presupuesto autorizado en Evento segmento de cruceros)*100	Semestral	Evidencia fotografica y en redes sociales en Publicidad con Programas Cooperativos y Eventos con Linea Aereas, Autobuses y Cruceros.
Actividades 6.5	Publicidad cooperativa con Línea de Autobuses	Porcentaje de presupuesto ejercido en Publicidad cooperativa con Línea de Autobuses	(Monto ejercido en Publicidad cooperativa con Línea de Autobuses/presupuesto autorizado en Publicidad cooperativa con Línea de Autobuses)*100	Semestral	Evidencia fotografica y en redes sociales en Publicidad con Programas Cooperativos y Eventos con Linea Aereas, Autobuses y Cruceros.
Actividades 7.1	Capacitaciones para la prevencion y erradicacion de la violencia	Porcentaje de presupuesto ejercido en Capacitaciones para la prevencion y erradicacion de la violencia	(Monto ejercido en Capacitaciones para la prevencion y erradicacion de la violencia)/presupuesto autorizado en Capacitaciones para la prevencion y erradicacion de la violencia)*100	Semestral	Evidencia fotografica y en redes sociales en Publicidad con Programas Cooperativos y Eventos con Linea Aereas, Autobuses y Cruceros.
Actividades 8.1	Gasto Operativo	Porcentaje de presupuesto ejercido en Gasto Operativo	(Monto ejercido en Gasto Operativo)/presupuesto autorizado en Gasto Operativo)*100	Semestral	Evidencia en los informes de actividades realizadas por el personal del FIDETUR.
Actividades 9.1	Estados Financieros, Informe Semestral ASE, Cuenta Publica Finanzas y Cuenta Publica ASE.	Porcentaje de presupuesto ejercido en Servicios Profesionales	(Monto ejercido en Servicios Profesionales)/presupuesto autorizado en Servicios Profesionales)*100	Semestral	Evidencia de Estados Financieros, Informe Semestral ASE, Cuenta Publica Finanzas y ASE realizados y presentados.
Actividades 10.1	Servicios Generales, Servicios Bancarios e Impuestos Determinados y Pagados	Porcentaje de presupuesto ejercido en Servicios Generales, Servicios Bancarios e Impuestos Determinados y Pagados	(Monto ejercido en Servicios Generales, Servicios Bancarios e Impuestos Determinados y Pagados)/presupuesto autorizado en Servicios Generales, Servicios Bancarios e Impuestos Determinados y Pagados)*100	Semestral	Evidencia de Estados Financieros, Informe Semestral ASE, Cuenta Publica Finanzas y ASE realizados y presentados.

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

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

Revisado por
Lic. Aída Patricia Pérez Pérez
Directora Operativa

Aprobado por
C. Manuel Negrete Arias
Presidente del Comité Técnico

Acapulco Enel juego desde 1930
FIDEICOMISO PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE ACAPULCO

TRANSFORMANDO GUERRERO GOBIERNO DEL ESTADO 2021 - 2027

Acapulco FIDEICOMISO PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE ACAPULCO

Formato 3. Para Elaboración del resumen narrativo primer semestre 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

Nivel	Resumen Narrativo		
	¿Qué?	Mediante	¿Cómo?
Fin	Contribuir para promoción turística nacional e internacional, que tenga como objetivo el incremento cuantitativo y cualitativo de los flujos turísticos hacia el Municipio de Acapulco.	Reforzando	Las condiciones de conectividad terrestre y aérea hacia el puerto permanecen estables y operativas.
	Sujeto	<	Complemento
Próposito	El puerto de Acapulco incrementa el flujo de turistas y estadia promedio.	Incrementa	El sector hotelero mantiene la calidad de sus servicios y tarifas competitivas en el mercado
	Productos	Verbo participio	
Componentes	Campaña de promoción turistica nacional e internacional ejecutadas	son	Los medios de comunicación y plataformas digitales cumplen con los contratos de difusión en los tiempos establecidos.

Actividades	C.1	Publicidad		
		1.1 Porcentaje de presupuesto ejercido en Material Promocional	1.2 Porcentaje de presupuesto ejercido en Publicidad en Imagen del destino	1.3 Porcentaje de Publicidad en Publicidad en socios comerciales
		1.4 Porcentaje de Publicidad en Incrementar numero de seguidores 10% (Redes Sociales)	1.5 Porcentaje de Campaña Publicitaria mensajes en perfiles (Redes Sociales)	1.6 Porcentaje de presupuesto ejercido en Publicidad en Impresiones (Redes Sociales)
	C.2	Promoción		
		2.1 Porcentaje de presupuesto ejercido en Viajes Nacionales (Blitz)	2.2 Porcentaje de presupuesto ejercido en Viajes Internacionales (blitz)	2.3 Porcentaje de Publicidad en Eventos otras empresas
		2.4 Porcentaje de Publicidad en FAMS o Capacitaciones	2.5 Porcentaje de Ferias Nacionales	2.6 Porcentaje de presupuesto ejercido en Ferias Internacionales
		2.7 Porcentaje de presupuesto ejercido en Webinars		
	C.3	Relaciones Publicas		
		3.1 Porcentaje de presupuesto ejercido en Boletín de prensa en español	3.2 Porcentaje de presupuesto ejercido en Boletín de prensa en ingles	3.3 Porcentaje de Publicidad en Newsletter mensual (español e ingles)
		3.4 Porcentaje de Publicidad en Publicaciones gratuitas	3.5 Porcentaje de Entrevistas mensuales	3.6 Porcentaje de presupuesto ejercido en Viajes de familiarización
		3.7 Porcentaje de presupuesto ejercido en Boletín de prensa acciones FIDETUR	3.8 Porcentaje de presupuesto ejercido en Newsletter bimestrales acciones FIDETUR	3.9 Porcentaje de presupuesto ejercido en Entrevistas mensuales medios locales

	3.10 Porcentaje de presupuesto ejercido en Incrementar numero de seguidores 10% en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	3.11 Porcentaje de presupuesto ejercido en Publicar mensajes en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	Porcentaje de presupuesto ejercido en Impresiones en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR
	Porcentaje de presupuesto ejercido en Participación y Atención a Prensa, Agentes de Viajes Nacionales e Internacionales en el Tianguis Turístico 2026.		
C.4	Turismo de Reuniones		
	4.1 Porcentaje de presupuesto ejercido en IBTM Americas	4.2 Porcentaje de presupuesto ejercido en IBTM Internacional	
C.5	Apoyo a Eventos		
	5.1 Porcentaje de presupuesto ejercido en Eventos de alto impacto	5.2 Porcentaje de presupuesto ejercido en Filmaciones	
C.6	Apoyo a la Conectividad		
	6.1 Porcentaje de presupuesto ejercido en Programas Cooperativos con Líneas Aéreas	6.2 Porcentaje de presupuesto ejercido en Eventos especializados con Líneas Aéreas	6.3 Porcentaje de presupuesto ejercido en Eventos especializados con Líneas de Autobuses6
	6.4 Porcentaje de presupuesto ejercido en Evento segmento de cruceros	6.5 Porcentaje de presupuesto ejercido en Publicidad cooperativa con Línea de Autobuses	
C.7	Equidad de Género		
	7.1 Porcentaje de presupuesto ejercido en Capacitaciones para la prevencion y erradicacion de la violencia		
C.8	Gastos de Operación		
	8.1 Porcentaje de presupuesto ejercido en Gasto Operativo		
C.9	Servicios Profesionales		
	9.1 Porcentaje de presupuesto ejercido en Servicios Profesionales		
C.10	Otros Servicios Generale		
	10.1 Porcentaje de presupuesto ejercido en Servicios Generales, Servicios Bancarios e Impuestos Determinados y Pagados		

Instrucciones:

1. Se deben de llenar los campos con lo que se solicita, todo esto con el fin de determinar las directrices para el desarrollo de la Matriz del Marco Lógico (agregar los que sean necesarios)

Acapulco
En el juego desde 1930
FIDEICOMISO PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE ACAPULCO

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

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

Revisado por
Lic. Aída Patricia Pérez Pérez
Directora Operativa

Aprobado por
C. Manuel Negrete Arias
Presidente del Comité Técnico

TRANSFORMANDO GUERRERO
GOBIERNO DEL ESTADO
2021 - 2027

FIDEICOMISO PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE ACAPULCO

LISTADO DE PROGRAMAS Y SUS INDICADORES ESTRATEGICOS Y DE GESTIÓN APROBADOS

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

Nivel de Objetivos	Resumen Narrativo	Nombre del indicador	Metodo de Calculo	Frecuencia de Medición	Supuesto (Formulados en positivo)	Presupuesto					Metas		Avance	
						Aprobado	Ampliación y/o Reducción	Modificado	Devengado	Sin Devengar	Programadas	Alcanzadas	Fisico	Financiero
Fin	La promoción turística nacional e internacional, que tenga como objetivo el incremento cuantitativo y cualitativo de los flujos turísticos hacia el Municipio de Acapulco.	Variacion porcentual de la derrama economica turistica en Acapulco	Derrama economica actual/Derrama economica anterior)*100	Semestral	Las condiciones de conectividad terrestre y aérea hacia el puerto permanecen estables y operativas.	30,250,107.00	0.00	30,250,107.00	5,531,557.64	24,718,549.36	92,252	57,613	62.45%	18.29%
Propósito	El puerto de Acapulco incrementa el flujo de turistas y estadia promedio.	Porcentaje de incremento en la ocupación hotelera anual	(Ocupación hotelera actual/Ocupación hotelera anterior)*100	Semestral	El sector hotelero mantiene la calidad de sus servicios y tarifas competitivas en el mercado	30,250,107.00	0.00	30,250,107.00	5,531,557.64	24,718,549.36	92,252	57,613	62.45%	18.29%
Compenente	Campaña de promoción turistica nacional e internacional ejecutadas	Porcentaje de campañas de promoción realizadas conforme a lo programada	(Numero de campañas realizadas/numero de campañas programadas)*100	Semestral	Los medios de comunicación y plataformas digitales cumplen con los contratos de difusión en los tiempos establecidos.	30,250,107.00	0.00	30,250,107.00	5,531,557.64	24,718,549.36	92,252	57,613	62.45%	18.29%
Actividades 1.1	Material Promocional	Porcentaje de presupuesto ejercido en Material Promocional	(Monto ejercido en Publicidad en Material Promocional/presupuesto autorizado en Material Promocional)*100	Semestral	Control de inventario y evidencia fotografica de entega del material promocional en las diferentes caravanas y eventos nacionales e internacionales	930,000.00	0.00	930,000.00	0.00	930,000.00	15,000	2,930	19.53%	0.00%
Actividades 1.2	Imagen del destino	Porcentaje de presupuesto ejercido en Publicidad en Imagen del destino	(Monto ejercido en Imagen del destino/presupuesto autorizado en Publicidad en Imagen del destino)*100	Semestral	Las agencias de medios entregan los testigos y reportes de metricas en tiempo y forma para su validación	1,750,000.00	0.00	1,750,000.00	0.00	1,750,000.00	100	55	55.00%	0.00%
Actividades 1.3	Publicidad en socios comerciales	Porcentaje de Publicidad en Publicidad en socios comerciales	(Monto ejercido en Publicidad en socios comerciales/presupuesto autorizado en Publicidad Publicidad en socios comerciales)*100	Semestral	Las agencias de publicidad entregan los testigos y reportes de metricas en tiempo y forma para su validación	4,750,107.00	0.00	4,750,107.00	0.00	4,750,107.00	20	0	0.00%	0.00%
Actividades 1.4	Publicidad en Incrementar numero de seguidores 10% (Redes Sociales)	Porcentaje de Publicidad en Incrementar numero de seguidores 10% (Redes Sociales)	(Monto ejercido en Publicidad en Incrementar numero de seguidores 10% (Redes Sociales)/Publicidad en Incrementar numero de seguidores 10% (Redes Sociales)*100	Semestral	Las agencias de publicidad entregan los testigos y reportes de metricas en tiempo y forma para su validación	35,000.00	0.00	35,000.00	0.00	35,000.00	27,000	8,317	30.80%	0.00%
Actividades 1.5	Campaña Publicitaria mensajes en perfiles (Redes Sociales)	Porcentaje de Campaña Publicitaria mensajes en perfiles (Redes Sociales)	(Monto ejercido en Campaña Publicitaria mensajes en perfiles (Redes Sociales)/presupuesto autorizado en Campaña Publicitaria mensajes en perfiles (Redes Sociales)*100	Semestral	Las agencias de publicidad entregan los testigos y reportes de metricas en tiempo y forma para su validación	100,000.00	0.00	100,000.00	0.00	100,000.00	3,000	3,479	115.97%	0.00%

Actividades 1.6	Publicidad en Impresiones (Redes Sociales)	Porcentaje de presupuesto ejercido en Publicidad en Impresiones (Redes Sociales)	(Monto ejercido en Publicidad en Impresiones (Redes Sociales)/presupuesto autorizado en Publicidad en Impresiones (Redes Sociales))*100	Semestral	Las agencias de publicidad entregan los testigos y reportes de metricas en tiempo y forma para su validación	35,000.00	0.00	35,000.00	0.00	35,000.00	10,000,000	4,171,460	41.71%	0.00%
Actividades 2.1	Viajes Nacionales (Blitz)	Porcentaje de presupuesto ejercido en Viajes Nacionales (Blitz)	(Monto ejercido en Viajes Nacionales (Blitz)/presupuesto en Viajes Nacionales (Blitz)*100	Semestral	Evidencia fotografica en la participación y entega del material promocional en las diferentes caravanas y eventos nacionales e internacionales	500,000.00	0.00	500,000.00	0.00	500,000.00	6	7	116.67%	0.00%
Actividades 2.2	Viajes Internacionales (blitz)	Porcentaje de presupuesto ejercido en Viajes Internacionales (blitz)	(Monto ejercido en Viajes Internacionales (blitz)/presupuesto autorizado en Publicidad en Viajes Internacionales (blitz)*100	Semestral	Evidencia fotografica en la participación y entega del material promocional en las diferentes caravanas y eventos nacionales e internacionales	500,000.00	0.00	500,000.00	100,000.00	400,000.00	2	3	150.00%	20.00%
Actividades 2.3	Eventos con otras empresas	Porcentaje de Publicidad en Eventos otras empresas	(Monto ejercido en Eventos otras empresas /presupuesto autorizado en Eventos otras empresas)*100	Semestral	Evidencia fotografica en la participación y entega del material promocional en las diferentes caravanas y eventos nacionales e internacionales	500,000.00	0.00	500,000.00	100,000.00	400,000.00	2	6	300.00%	20.00%
Actividades 2.4	FAMS o Capacitaciones	Porcentaje de Publicidad en FAMS o Capacitaciones	(Monto ejercido en Publicidad en FAMS o Capacitaciones)/Publicidad en Publicidad en FAMS o Capacitaciones)*100	Semestral	Evidencia fotografica en la participación y entega del material promocional en las diferentes caravanas y eventos nacionales e internacionales	500,000.00	0.00	500,000.00	30,000.00	470,000.00	2	7	350.00%	6.00%
Actividades 2.5	Ferias Nacionales	Porcentaje de Ferias Nacionales	(Monto ejercido en Ferias Nacionales)/presupuesto autorizado en Ferias Nacionales)*100	Semestral	Evidencia fotografica en la participación y entega del material promocional en las diferentes caravanas y eventos nacionales e internacionales	500,000.00	0.00	500,000.00	80,000.00	420,000.00	2	3	150.00%	16.00%
Actividades 2.6	Ferias Internacionales	Porcentaje de presupuesto ejercido en Ferias Internacionales	(Monto ejercido en Publicidad en Ferias Internacionales)/(presupuesto autorizado en Ferias Internacionales)*100	Semestral	Evidencia fotografica en la participación y entega del material promocional en las diferentes caravanas y eventos nacionales e internacionales	600,000.00	0.00	600,000.00	157,450.47	442,549.53	2	5	250.00%	26.24%
Actividades 2.7	Webinars	Porcentaje de presupuesto ejercido en Webinars	(Monto ejercido en Publicidad en Webinars)/(presupuesto autorizado en Webinars)*100	Semestral	Evidencia fotografica en la participación y entega del material promocional en las diferentes caravanas y eventos nacionales e internacionales	1,700.00	0.00	1,700.00	0.00	1,700.00	12	3	25.00%	0.00%
Actividades 3.1	Boletin de prensa en español	Porcentaje de presupuesto ejercido en Boletin de prensa en español	(Monto ejercido en Publicidad en Boletin de prensa en español)/presupuesto autorizado en Viajes Nacionales (Blitz)*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización	30,000.00	0.00	30,000.00	3,000.00	27,000.00	12	11	91.67%	10.00%
Actividades 3.2	Boletin de prensa en ingles	Porcentaje de presupuesto ejercido en Boletin de prensa en ingles	(Monto ejercido en Boletin de prensa en ingles/presupuesto autorizado en Boletin de prensa en ingles)*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización	30,000.00	0.00	30,000.00	3,000.00	27,000.00	12	1	8.33%	10.00%

Actividades 3.3	Newsletter mensual (español e ingles)	Porcentaje de Publicidad en Newsletter mensual (español e ingles)	(Monto ejercido en Publicidad en Newsletter mensual (español e ingles)/presupuesto autorizado en Newsletter mensual (español e ingles)*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización	30,000.00	0.00	30,000.00	3,000.00	27,000.00	6	7	116.67%	10.00%
Actividades 3.4	Publicaciones gratuitas	Porcentaje de Publicidad en Publicaciones gratuitas	(Monto ejercido en Publicidad en Publicaciones gratuitas/Publicidad en Publicaciones gratuitas)*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2000	28000	1400.00%	#¡DIV/0!
Actividades 3.5	Entrevistas mensuales	Porcentaje de Entrevistas mensuales	(Monto ejercido en Entrevistas mensuales)/presupuesto autorizado en Entrevistas mensuales)*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	48	30	62.50%	#¡DIV/0!
Actividades 3.6	Viajes de familiarización	Porcentaje de presupuesto ejercido en Viajes de familiarización	(Monto ejercido en Publicidad en Ferias Internacionales)/(presupuesto autorizado en Viajes de familiarización)*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización	357,000.00	0.00	357,000.00	21,611.93	335,388.07	2	1	50.00%	6.05%
Actividades 3.7	Boletín de prensa acciones FIDETUR	Porcentaje de presupuesto ejercido en Boletín de prensa acciones FIDETUR	(Monto ejercido en Publicidad en Boletín de prensa acciones FIDETUR)/(presupuesto autorizado en Boletín de prensa acciones FIDETUR)*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	12	11	91.67%	#¡DIV/0!
Actividades 3.8	Newsletter bimestrales acciones FIDETUR	Porcentaje de presupuesto ejercido en Newsletter bimestrales acciones FIDETUR	(Monto ejercido en Publicidad en Newsletter bimestrales acciones FIDETUR)/(presupuesto autorizado en Newsletter bimestrales acciones FIDETUR)*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	6	6	100.00%	#¡DIV/0!
Actividades 3.9	Entrevistas mensuales medios locales	Porcentaje de presupuesto ejercido en Entrevistas mensuales medios locales	(Monto ejercido en Publicidad en Entrevistas mensuales medios locales)/(presupuesto autorizado en Entrevistas mensuales medios locales)*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	48	28	58.33%	#¡DIV/0!
Actividades 3.10	Incrementar numero de seguidores 10% en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	Porcentaje de presupuesto ejercido en Incrementar numero de seguidores 10% en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	(Monto ejercido en Publicidad en Incrementar numero de seguidores 10% en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR/(presupuesto autorizado en Incrementar numero de seguidores 10% en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR)*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización	30,000.00	0.00	30,000.00	3,000.00	27,000.00	27000	8317	30.80%	10.00%

Actividades 3.11	Publicar mensajes en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	Porcentaje de presupuesto ejercido en Publicar mensajes en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	(Monto ejercido en Publicidad en Publicar mensajes en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR/(presupuesto autorizado en Publicar mensajes en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR)*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización	30,000.00	0.00	30,000.00	3,000.00	27,000.00	3000	3479	115.97%	10.00%
Actividades 3.12	Impresiones en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	Porcentaje de presupuesto ejercido en Impresiones en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	(Monto ejercido en Publicidad en Impresiones en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR/(presupuesto autorizado en Impresiones en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR)*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización	30,000.00	0.00	30,000.00	3,000.00	27,000.00	10,000,000	4,171,460	41.71%	10.00%
Actividades 3.13	Participación y Atención a Prensa, Agentes de Viajes Nacionales e Internacionales en el Tianguis Turístico 2026.	Porcentaje de presupuesto ejercido en Participación y Atención a Prensa, Agentes de Viajes Nacionales e Internacionales en el Tianguis Turístico 2026.	(Monto ejercido en Publicidad en Participación y Atención a Prensa, Agentes de Viajes Nacionales e Internacionales en el Tianguis Turístico 2026./(presupuesto autorizado en Participación y Atención a Prensa, Agentes de Viajes Nacionales e Internacionales en el Tianguis Turístico 2026.)*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización	3,000,000.00	0.00	3,000,000.00	1,218,353.18	1,781,646.82	1	1	100.00%	40.61%
Actividades 4.1	IBTM Americas	Porcentaje de presupuesto ejercido en IBTM Americas	(Monto ejercido en Publicidad en IBTM Americas)/presupuesto autorizado en IBTM Americas*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales en los Eventos de Turismo de Reuniones	200,000.00	0.00	200,000.00	0.00	200,000.00	1	0	0.00%	0.00%
Actividades 4.2	IBTM Internacional	Porcentaje de presupuesto ejercido en IBTM Internacional	(Monto ejercido en IBTM Internacional/presupuesto autorizado en IBTM Internacional)*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales en los Eventos de Turismo de Reuniones	180,000.00	0.00	180,000.00	0.00	180,000.00	1	0	0.00%	0.00%
Actividades 5.1	Eventos de alto impacto	Porcentaje de presupuesto ejercido en Eventos de alto impacto	(Monto ejercido en Publicidad en Eventos de alto impacto)/presupuesto autorizado en Eventos de alto impacto*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización	3,000,000.00	0.00	3,000,000.00	174,000.00	2,826,000.00	3	8	266.67%	5.80%
Actividades 5.2	Filmaciones	Porcentaje de presupuesto ejercido en Filmaciones	(Monto ejercido en Filmaciones/presupuesto autorizado en Filmaciones)*100	Semestral	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización	527,300.00	0.00	527,300.00	0.00	527,300.00	1	0	0.00%	0.00%
Actividades 6.1	Programas Cooperativos con Líneas Aéreas	Porcentaje de presupuesto ejercido en Programas	(Monto ejercido en Programas Cooperativos con Líneas Aéreas)/presupuesto	Semestral	Evidencia fotografica y en redes sociales en Publicidad con	1,000,000.00	0.00	1,000,000.00	0.00	1,000,000.00	1	0	0.00%	0.00%
Actividades 6.2	Eventos especializados con Líneas Aéreas	Porcentaje de presupuesto ejercido en Eventos especializados con Líneas Aéreas	(Monto ejercido en Eventos especializados con Líneas Aéreas)/presupuesto autorizado en Eventos especializados con Líneas Aéreas*100	Semestral	Evidencia fotografica y en redes sociales en Publicidad con Programas Cooperativos y Eventos con Linea Aereas, Autobuses y Cruceros.	500,000.00	0.00	500,000.00	0.00	500,000.00	1	2	200.00%	0.00%

Actividades 6.3	Eventos especializados con Líneas de Autobuses	Porcentaje de presupuesto ejercido en Eventos especializados	(Monto ejercido en Eventos especializados con Líneas de Autobuses)/presupuesto	Semestral	Evidencia fotografica y en redes sociales en Publicidad con	200,000.00	0.00	200,000.00	0.00	200,000.00	1	1	100.00%	0.00%
Actividades 6.4	Evento segmento de cruceros	Porcentaje de presupuesto ejercido en Evento segmento de cruceros	(Monto ejercido en Evento segmento de cruceros)/presupuesto autorizado en Evento segmento de cruceros)*100	Semestral	Evidencia fotografica y en redes sociales en Publicidad con Programas Cooperativos y Eventos con Linea Aereas, Autobuses y Cruceros.	400,000.00	0.00	400,000.00	0.00	400,000.00	1	0	0.00%	0.00%
Actividades 6.5	Publicidad cooperativa con Linea de Autobuses	Porcentaje de presupuesto ejercido en	(Monto ejercido en Publicidad cooperativa con Linea de	Semestral	Evidencia fotografica y en redes sociales en	400,000.00	0.00	400,000.00	0.00	400,000.00	1	0	0.00%	0.00%
Actividades 7.1	Capacitaciones para la prevencion y erradicacion de la violencia	Porcentaje de presupuesto ejercido en Capacitaciones para la prevencion y erradicacion de la violencia	(Monto ejercido en Capacitaciones para la prevencion y erradicacion de la violencia)/presupuesto autorizado en Capacitaciones para la prevencion y erradicacion de la violencia)*100	Semestral	Evidencia fotografica y en redes sociales en Publicidad con Programas Cooperativos y Eventos con Linea Aereas, Autobuses y Cruceros.	1,500.00	0.00	1,500.00	234.00	1,266.00	2	1	50.00%	15.60%
Actividades 7.2	Material Promocional Equidad de Género	Porcentaje de presupuesto ejercido en Material Promocional Equidad de Género	(Monto ejercido en Material Promocional Equidad de Género)/presupuesto autorizado en Material Promocional Equidad de Género)*100	Semestral	Evidencia fotografica y en redes sociales en Publicidad con Programas Cooperativos y Eventos con Linea Aereas, Autobuses y Cruceros.	1,000.00	0.00	1,000.00	0.00	1,000.00	200	0	0.00%	0.00%
Actividades 7.3	Evento para prevenir el acoso laboral y social	Porcentaje de presupuesto ejercido en Evento para prevenir el acoso laboral y social	(Monto ejercido en Evento para prevenir el acoso laboral y social)/presupuesto autorizado en Evento para prevenir el acoso laboral y social)*100	Semestral	Evidencia fotografica y en redes sociales en Publicidad con Programas Cooperativos y Eventos con Linea Aereas, Autobuses y Cruceros.	1,500.00	0.00	1,500.00	0.00	1,500.00	1	0	0.00%	0.00%
Actividades 8.1	Gasto Operativo	Porcentaje de presupuesto ejercido en	(Monto ejercido en Gasto Operativo)/presupuesto autorizado en Gasto	Semestral	Evidencia en los informes de	6,000,000.00	0.00	6,000,000.00	2,547,896.55	3,452,103.45	12	6	50.00%	42.46%
Actividades 9.1	Estados Financieros	Porcentaje de presupuesto ejercido en Servicios Profesionales	(Monto ejercido en Servicios Profesionales)/presupuesto autorizado en Servicios Profesionales)*100	Semestral	Evidencia de Estados Financieros, Informe Semestral ASE, Cuenta Publica Finanzas y ASE realizados y presentados.	1,020,000.00	0.00	1,020,000.00	335,660.12	684,339.88	12	6	50.00%	32.91%
Actividades 9.2	Informe Semestral ASE	Porcentaje de presupuesto ejercido en Servicios Profesionales	(Monto ejercido en Servicios Profesionales)/presupuesto autorizado en Servicios Profesionales)*100	Semestral	Evidencia de Estados Financieros, Informe Semestral ASE, Cuenta Publica Finanzas y ASE realizados y presentados.	60,000.00	0.00	60,000.00	60,000.00	0.00	1	1	100.00%	100.00%
Actividades 9.3	Cuenta Publica Finanzas	Porcentaje de presupuesto ejercido en Servicios Profesionales	(Monto ejercido en Servicios Profesionales)/presupuesto autorizado en Servicios Profesionales)*100	Semestral	Evidencia de Estados Financieros, Informe Semestral ASE, Cuenta Publica Finanzas y ASE realizados y presentados.	60,000.00	0.00	60,000.00	0.00	60,000.00	1	0	0.00%	0.00%
Actividades 9.4	Cuenta Publica ASE	Porcentaje de presupuesto ejercido en Servicios Profesionales	(Monto ejercido en Servicios Profesionales)/presupuesto autorizado en Servicios Profesionales)*100	Semestral	Evidencia de Estados Financieros, Informe Semestral ASE, Cuenta Publica Finanzas y ASE realizados y presentados.	60,000.00	0.00	60,000.00	0.00	60,000.00	1	0	0.00%	0.00%

Actividades 10.1	Servicios Generales, Servicios Bancarios e Impuestos Determinados y Pagados	Porcentaje de presupuesto ejercido en Servicios Generales, Servicios Bancarios e Impuestos Determinados y Pagados	(Monto ejercido en Servicios Generales, Servicios Bancarios e Impuestos Determinados y Pagados)/presupuesto autorizado en Servicios Generales, Servicios Bancarios e Impuestos Determinados y Pagados)*100	Semestral	Evidencia de Estados Financieros, Informe Semestral ASE, Cuenta Publica Finanzas y ASE realizados y presentados.	2,184,000.00	0.00	2,184,000.00	594,174.39	1,589,825.61	12	6	50.00%	27.21%
Actividades 10.2	Servicios Generales, Servicios Bancarios e Impuestos Determinados y Pagados	Porcentaje de presupuesto ejercido en Servicios Generales, Servicios Bancarios e Impuestos Determinados y Pagados	(Monto ejercido en Servicios Generales, Servicios Bancarios e Impuestos Determinados y Pagados)/presupuesto autorizado en Servicios Generales, Servicios Bancarios e Impuestos Determinados y Pagados)*100	Semestral	Evidencia de Estados Financieros, Informe Semestral ASE, Cuenta Publica Finanzas y ASE realizados y presentados.	186,000.00	0.00	186,000.00	77,067.00	108,933.00	1	1	100.00%	41.43%
Actividades 10.3	Servicios Generales, Servicios Bancarios e Impuestos Determinados y Pagados	Porcentaje de presupuesto ejercido en Servicios Generales, Servicios Bancarios e Impuestos Determinados y Pagados	(Monto ejercido en Servicios Generales, Servicios Bancarios e Impuestos Determinados y Pagados)/presupuesto autorizado en Servicios Generales, Servicios Bancarios e Impuestos Determinados y Pagados)*100	Semestral	Evidencia de Estados Financieros, Informe Semestral ASE, Cuenta Publica Finanzas y ASE realizados y presentados.	30,000.00	0.00	30,000.00	17,110.00	12,890.00	1	0	0.00%	57.03%
TOTALES						30,250,107.00	0.00	30,250,107.00	5,531,557.64	24,718,549.36				

Elaborado por
L.C. Arturo David González Almazan
Jefe de Contabilidad

L.C. Beatriz Renteria Cárdenas
Directora de Administracion y Finanzas

Lic. Aída Patricia Pérez Pérez
Directora Operativa

C. Manuel Negrete Arias
Presidente del Comité Técnico

Acapulco
En el juego desde 1930

FIDEICOMISO PARA
LA PROMOCIÓN TURÍSTICA
DE ACAPULCO