TRANSFORMANDO GUERRERO
GOBIERNO DEL ESTADO 2021 - 2027

FIDEICOMISO PARA LA PROMOCION TURISTICA DE ACAPULCO
PRESUPUESTO BASADO EN RESULTADOS 2026

Acapulco | FIDEICOMISO PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE ACAPULCO

1. DATOS GENERALES	2. ESTRUCTURA PROGRAMATICA, CLASIFICACION FUNCIONAL DEL GASTO
1.1. Dependencia u organismo Descentralizado:	Finalidad
FIDEICOMISO PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE ACAPULCO	3.- Desarrollo Económico
1.3. Nombre del Programa Presupuestario (Pp):	Función
Promoción y Fomento	3.7 Turismo
1.2. Unidad responsable:	Subfunción
DIRECCION GENERAL	3.7.1 Turismo
1.4. Misión:	Actividad Institucional
Atender las necesidades que contribuyan de manera efectiva a las actividades	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 PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA
3. ALINEACION CON EL PLAN ESTATAL DE DESARROLLO (PED)	**4. CARACTERISTICAS DEL PROGRAMA PRESUPUESTARIO**
2 Eje Estratégico:	4.1. Clave Presupuestal:
Desarrollo Economico Sostenible	F
2.38 Objetivo del Pp al que contribuye con el PED	4.2. Problemática a resolver:
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	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	4.3. Población total a beneficiar:
Recuperar la estadia promedio que permita una mayor derrama economica	CIUDADANOS DE ACAPULCO
Linea de Accion: 2.38.2.1	4.3.1 total beneficiarios:
Fomentar el aumento de la ocupacion Hotelera	779,566 BENEFICIARIOS (INEGI 2020)
	4.4. Monto del presupuesto asignado: 30,250,107.00
Ramo: 28 Participaciones a Entidades Federativas y Municipios	4.5. fuente de Recursos: Estatal: 30,250,107.00 Federal: Ingresos propios:
Fondo: IED (Inversion Estatal Directa)	4.6 Tipo de Pp: Nuevo: ( ) En Proceso: (X)
3.6. Periodo que cómprense el Pp: 3 meses ( ) 6 meses (1 Año (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													
Unidad de Medida	*Formula*	*Frecuencia de medida*	**Metas Programadas**	CALENDARIO									*Porcentaje Programado*
				Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio				

TRANSFORMANDO GUERRERO
GOBIERNO DEL ESTADO
2021 - 2027

FIDEICOMISO PARA LA PROMOCION TURISTICA DE ACAPULCO
PRESUPUESTO BASADO EN RESULTADOS 2026

Acapulco
FIDEICOMISO PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE ACAPULCO

INDICADOR

		(Monto ejercido en Publicidad en Material Promocional/presupuesto autorizado en Material Promocional)*100		Proyectadas Material Promocional	1250	1250	1250	1250	1250	1250		100.00%
					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
					1250	1250	1250	1250	1250	1250	15000	
		(Monto ejercido en Imagen del destino/presupuesto autorizado en Publicidad en Imagen del destino)*100		Metas Proyectadas Imagen del destino	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
					8	8	9	9	8	8		
					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
					8	9	8	8	9	8	100	
		(Monto ejercido en Publicidad en socios comerciales/presupuesto autorizado en Publicidad Publicidad en socios comerciales)*100		Metas Proyectadas Publicidad en socios comerciales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
					1	1	2	2	2	2		
					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
					2	2	2	2	1	1	20	
	Porcentaje	(Monto ejercido en Publicidad en Incrementar numero de seguidores 10% (Redes Sociales)/Publicidad en Incrementar numero de seguidores 10% (Redes Sociales)*100	Semestral	Metas Proyectadas Publicidad en Incrementar numero de seguidores 10% (Redes Sociales)	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
					2,250	2,250	2,250	2,250	2,250	2,250		
					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
					2,250	2,250	2,250	2,250	2,250	2,250	27,000	
		(Monto ejercido en Campaña Publicitaria mensajes en perfiles (Redes Sociales)/presupuesto autorizado en Campaña Publicitaria mensajes en perfiles (Redes Sociales)*100		Metas Proyectadas Campaña Publicitaria mensajes en perfiles (Redes Sociales)	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		20.00%
					250	250	250	250	250	250		
					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
					250	250	250	250	250	250	3000	
		(Monto ejercido en Campaña Publicitaria mensajes en perfiles (Redes Sociales)/presupuesto autorizado en Campaña Publicitaria mensajes en perfiles (Redes Sociales)*100		Metas Proyectadas Publicidad en Impresiones (Redes Sociales)	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
					833,333	833,333	833,333	833,333	833,334	833,334		
					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
					833,334	833,334	833,333	833,333	833,333	833,333	10,000,000	
		Total de Presupuesto por Ejercer de Publicidad entre Total de Presupuesto Aprobado de Publicidad por 100		Presupuesto Aprobado	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
					633,342.25	633,342.25	633,342.25	633,342.25	633,342.25	633,342.25		
					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
					633,342.25	633,342.25	633,342.25	633,342.25	633,342.25	633,342.25	$ 7,600,107.00	
				Realizado								
	Unidad de Medida	*Formula*	*Frecuencia de medida*									
		(Monto ejercido en Publicidad en Material Promocional/presupuesto autorizado en Material Promocional)*100		Metas Realizadas Material Promocional	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		19.53%
					454	454	455	522	522	523		
					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
											2930	

Porcentaje	Publicidad en FAMS o Capacitaciones)*100		Capacitaciones	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total			
										7			
	(Monto ejercido en Ferias Nacionales)/presupuesto autorizado en Ferias Nacionales)*100	Semestral	Metas Ferias Nacionales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio				150.00%
							1	1	1				
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total			
										3			
	(Monto ejercido en Publicidad en Ferias Internacionales)/(presupuesto autorizado en Ferias Internacionales)*100	Semestral	Metas Ferias Internacionales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio				150.00%
							1	1	1				
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total			
										3			
	(Monto ejercido en Publicidad en Webinars)/(presupuesto autorizado en Webinars)*100	Semestral	Metas Webinars	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio				25.00%
						1	1	1					
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total			
										3			
	Total de Presupuesto Ejercido de Promoción entre Total de Presupuesto Aprobado de Promoción por 100	Anual	Presupuesto Ejercido	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio				15.07%
				123,122.81	39,666.39	146,775.87	75,810.90	60,826.29	21,248.21				
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total			
										$ 467,450.47			

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 10% en Redes Sociales, Publicaciones redes Sociales, Impresiones en redes sociales y Apoyo a Filmaciones.

Unidad de Medida	*Formula*	*Frecuencia de medida*	**Programado**	**CALENDARIO**							*Porcentaje Programado*
	(Monto ejercido en Publicidad en Boletín de prensa en español)/presupuesto autorizado en Viajes Nacionales (Blitz)*100	Semestral	Metas Proyectadas Boletines de Prensa en Español	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
				1	1	1	1	1	1		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
				1	1	1	1	1	1	12	
	(Monto ejercido en Boletín de prensa en ingles/presupuesto autorizado en Boletín de prensa en ingles)*100	Semestral	Metas Proyectadas Boletines de Prensa en Ingles.	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
				1	1	1	1	1	1		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
				1	1	1	1	1	1	12	
	(Monto ejercido en Publicidad en Newsletter mensual (español e ingles)/presupuesto autorizado en Newsletter mensual (español e ingles)*100	Semestral	Metas Proyectadas Newsletter Español e Ingles	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
					1		1		1		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
					1		1	1		6	
	(Monto ejercido en Publicidad en Publicidad en Publicaciones gratuitas/Publicidad en Publicaciones gratuitas)*100	Semestral	Metas Proyectadas Publicaciones gratuitas digitales y tradicionales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
				166	167	166	167	166	167		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
				166	167	166	167	166	169	2000	
	(Monto ejercido en Entrevistas mensuales)/presupuesto autorizado en	Semestral	Metas Proyectadas Entrevistas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
				4	4	4	4	4	4		

	Porcentaje	(Monto ejercido en Imagen del destino/presupuesto autorizado en Publicidad en Imagen del destino)*100	Semestral	Metas Realizadas Publicidad en Imagen del destino	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		55.00%
					8	8	8	10	10	11		
					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
											55	
		(Monto ejercido en Publicidad en socios comerciales/presupuesto autorizado en Publicidad Publicidad en socios comerciales)*100		Metas Realizadas Publicidad Publicidad en socios comerciales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		0.00%
					0	0	0	0	0	0		
					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
											0	
		(Monto ejercido en Publicidad en Incrementar numero de seguidores 10% (Redes Sociales)/Publicidad en Incrementar numero de seguidores 10% (Redes Sociales)*100		Metas Realizadas Publicidad en Incrementar numero de seguidores 10% (Redes Sociales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		30.80%
					1,325	1,325	1,325	1,447	1,447	1,448		
					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
											8,317	
		(Monto ejercido en Campaña Publicitaria mensajes en perfiles (Redes Sociales)/presupuesto autorizado en Campaña Publicitaria mensajes en perfiles (Redes Sociales)*100		Metas Realizadas Campaña Publicitaria mensajes en perfiles (Redes Sociales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		115.97%
					527	528	528	632	632	632		
					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
											3479	
		(Monto ejercido en Publicidad en Impresiones (Redes Sociales)/presupuesto autorizado en Publicidad en Impresiones (Redes Sociales)*100		Metas Realizadas Publicidad en Impresiones (Redes Sociales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		41.71%
					662254	662255	662255	728232	728232	728232		
					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
											4171460	
		Total de Presupuesto Ejercido de Publicidad entre Total de Presupuesto Aprobado de Publicidad por 100		Presupuesto Ejercido	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
					0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		
					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
					0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0	

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 emisores 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).

Unidad de Medida	*Formula*	*Frecuencia de medida*	Programado	CALENDARIO							*Porcentaje Programado*
	(Monto ejercido en Viajes Nacionales (Blitz)/presupuesto en Viajes Nacionales (Blitz)*100	Semestral	Metas Viajes Nacionales (Blitz	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		**100.00%**
					1		1		1		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
					1		1	1		6	
	(Monto ejercido en Viajes Internacionales (blitz)/presupuesto		Metas Viajes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
								1			

INDICADOR

Unidad de Medida	Formula	Frecuencia de medida													
	autorizado en Publicidad en Viajes Internacionales (blitz)*100	Semestral	Internacionales (blitz)	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	150.00%
							1	1		3	
	(Monto ejercido en Eventos otras empresas /presupuesto autorizado en Eventos con otras empresas)*100	Semestral	Metas Eventos con otras empresas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
								1			
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
							1			2	
	(Monto ejercido en Publicidad en Publicidad en FAMS o Capacitaciones)/Publicidad en Publicidad en FAMS o Capacitaciones)*100	Semestral	Metas Publicidad en FAMS o Capacitaciones	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
								1			
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
								1		2	
	(Monto ejercido en Ferias Nacionales)/presupuesto autorizado en Ferias Nacionales)*100	Semestral	Metas Ferias Nacionales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
								1			
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
								1		2	
	(Monto ejercido en Publicidad en Ferias Internacionales)/(presupuesto autorizado en Ferias Internacionales)*100	Semestral	Metas Ferias Internacionales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
								1			
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
							1	1		3	
	(Monto ejercido en Publicidad en Webinars)/(presupuesto autorizado en Webinars)*100	Semestral	Metas Webinars	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
				1	1	1	1	1	1		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
				1	1	1	1	1	1	12	
	Total de Presupuesto por Ejercer de Promoción entre Total de Presupuesto Aprobado de Promoción por 100	Anual	Presupuesto Aprobado	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
				258,475.00	258,475.00	258,475.00	258,475.00	258,475.00	258,475.00		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
				258,475.00	258,475.00	258,475.00	258,475.00	258,475.00	258,475.00	$ 3,101,700.00	
			Realizado								
				CALENDARIO							
	(Monto ejercido en Viajes Nacionales (Blitz)/presupuesto en Viajes Nacionales (Blitz)*100	Semestral	Metas Viajes Nacionales (Blitz	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		116.67%
				1	1	1	1	1	2		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
										7	
	(Monto ejercido en Viajes Internacionales (blitz)/presupuesto autorizado en Publicidad en Viajes Internacionales (blitz)*100	Semestral	Metas Viajes Internacionales (blitz	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		150.00%
							1	1	1		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
										3	
	(Monto ejercido en Eventos otras empresas /presupuesto autorizado en Eventos otras empresas)*100	Semestral	Ferias Eventos con otras empresas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
				1	1	1	1	1	1		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
										6	
	(Monto ejercido en Publicidad en Publicidad en FAMS o Capacitaciones)/Publicidad en	Semestral	Metas FAMS o	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		350.00%
				1	1	1	1	1	2		

FIDEICOMISO PARA LA PROMOCION TURISTICA DE ACAPULCO
PRESUPUESTO BASADO EN RESULTADOS 2026

		mensuales)/presupuesto autorizado en Entrevistas mensuales)*100	Semestral	Entrevistas nacionales e internacionales	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
					4	4	4	4	4	4	48	
		Porcentaje de presupuesto ejercido en Viajes de familiarización	Semestral	Metas Proyectadas Viajes de Familiarización nacionales e internacionales.	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
									1			
					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
							1				2	
		Porcentaje de presupuesto ejercido en Boletín de prensa acciones FIDETUR	Semestral	Metas Proyectadas Boletines de Prensa de Acciones FIDETUR	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
					1	1	1	1	1	1		
					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
					1	1	1	1	1	1	12	
		Porcentaje de presupuesto ejercido en Newsletter bimestrales acciones FIDETUR	Semestral	Metas Proyectadas Newsletter FIDETUR	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
						1		1		1		
					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
						1		1		1	6	
		Porcentaje de presupuesto ejercido en Entrevistas mensuales medios locales	Semestral	Metas Proyectadas Entrevistas medios locales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
					4	4	4	4	4	4		
Porcentaje					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
					4	4	4	4	4	4	48	
		Porcente para Incrementar numero de seguidores 10% en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	Semestral	Metas Proyectadas Incrementar numero de seguidores 10% en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
					2,250	2,250	2,250	2,250	2,250	2,250		
					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
					2,250	2,250	2,250	2,250	2,250	2,250	27,000	
		Porcentaje de Publicaciones por mensajes en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	Semestral	Metas Proyectadas de Publicaciones por mensajes en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	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	
		Porcentaje de Impresiones en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	Semestral	Metas Proyectadas de Impresiones en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
					833,333	833,333	833,333	833,333	833,334	833,334		
					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
					833,333	833,333	833,333	833,333	833,334	833,334	10,000,000	
		Porcentaje de Participación y Atención a Prensa, Agentes de Viajes Nacionales	Semestral	Metas Proyectadas de Participación y Atención a Prensa, Agentes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
								1				

INDICADOR

	e Internacionales en el Tianguis Turístico 2026.	Semestral	de Viajes Nacionales e Internacionales en el Tianguis Turístico 2026.	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total		
										1		
	Total de Presupuesto por Ejercer de Comunicación y Redes Sociales entre Total de Presupuesto Aprobado de Comunicación y Redes Sociales por 100	Anual	Presupuesto Aprobado	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			100.00%
				294,750.00	294,750.00	294,750.00	294,750.00	294,750.00	294,750.00			
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total		
				294,750.00	294,750.00	294,750.00	294,750.00	294,750.00	294,750.00	$ 3,537,000.00		

Unidad de Medida	Formula	Frecuencia de medida	Realizado							Porcentaje Programado
				CALENDARIO						
	(Monto ejercido en Publicidad en Boletín de prensa en español)/presupuesto autorizado en Viajes Nacionales (Blitz)*100	Semestral	Metas Realizadas Boletines de Prensa en Español	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		91.67%
				1	2	2	2	2	2		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total		
										11		
	(Monto ejercido en Boletín de prensa en ingles/presupuesto autorizado en Boletín de prensa en ingles)*100	Semestral	Metas Realizadas Boletines de Prensa en	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		8.33%
								1			
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total		
										1		
	(Monto ejercido en Publicidad en Newsletter mensual (español e ingles)/presupuesto autorizado en Newsletter mensual (español e ingles)*100	Semestral	Metas Realizadas Newsletter Español e Ingles	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		116.67%
				1	1	1	2	1	1		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total		
										7		
	(Monto ejercido en Publicidad en Publicidad en Publicaciones gratuitas/Publicidad en Publicaciones gratuitas)*100	Semestral	Metas Realizadas Publicaciones gratuitas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		1400.00%
				4666	4666	4667	4667	4667	4667		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total		
										28000		
	(Monto ejercido en Entrevistas mensuales)/presupuesto autorizado en Entrevistas mensuales)*100	Semestral	Metas Realizadas Entrevistas nacionales e internacionales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		62.50%
				5	5	5	5	5	5		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total		
										30		
	Porcentaje de presupuesto ejercido en Viajes de familiarización	Semestral	Metas Realizadas Viajes de Familiarización nacionales e internacionales.	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		50.00%
							1					
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total		
										1		
	Porcentaje de presupuesto ejercido en Boletín de prensa acciones FIDETUR	Semestral	Metas Realizadas Boletines de Prensa de Acciones FIDETUR	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		91.67%
				1	2	2	2	2	2		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total		
										11		
	Porcentaje de presupuesto ejercido en Newsletter bimestrales acciones FIDETUR	Semestral	Metas Realizadas Newsletter FIDETUR	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
				1	1	1	1	1	1		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total		
										6		
	Porcentaje de presupuesto ejercido en	Semestral	Metas Realizadas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		58.33%
				4	4	5	5	5	5		

Porcentaje	Entrevistas mensuales medios locales	Semestral	Entrevistas medios locales	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total			
										28			
	Porcentaje para Incrementar numero de seguidores 10% en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	Semestral	Metas Realizadas Incrementar numero de seguidores 10% en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio				30.80%
				1,386	1,386	1,386	1,386	1,386	1,387				
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total			
										8,317			
	Porcentaje de Publicaciones por mensajes en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	Semestral	Metas Realizadas Publicaciones por mensajes en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio				115.97%
				579	580	580	580	580	580				
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total			
										3,479			
	Porcentaje de Impresiones en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	Semestral	Metas Realizadas Impresiones en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio				41.71%
				695,243	695,243	695,243	695,243	695,244	695,244				
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total			
										4,171,460			
	Porcentaje de Participación y Atención a Prensa, Agentes de Viajes Nacionales e Internacionales en el Tianguis Turístico 2026.	Semestral	Metas Realizadas Participación y Atención a Prensa, Agentes de Viajes Nacionales e Internacionales en el Tianguis Turístico 2026.	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio				100.00%
							1						
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total			
										1			
	Total de Presupuesto por Ejercer de Comunicación y Redes Sociales entre Total de Presupuesto Aprobado de Comunicación y Redes Sociales por 100	Anual	Presupuesto Ejercido	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio				35.51%
				42,040.08	21,590.00	62,545.30	891,868.89	201,305.97	36,614.87				
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total			
										$ 1,255,965.11			

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.

Unidad de Medida	*Formula*	*Frecuencia de medida*		Programado							*Porcentaje Programado*
				CALENDARIO							
	(Monto ejercido en Publicidad en IBTM Americas)/presupuesto autorizado en IBTM Americas*100		Metas Programadas IBTM Americas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	100.00%
					1					1	

FIDEICOMISO PARA LA PROMOCION TURISTICA DE ACAPULCO
PRESUPUESTO BASADO EN RESULTADOS 2026

INDICADOR

Porcentaje	(Monto ejercido en IBTM Internacional/presupuesto autorizado en IBTM Internacional)*100	Semestral	Metas Programadas IBTM Internacional	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
						1				1	
	Total de Presupuesto por Ejercer de Congresos y Convenciones entre Total de Presupuesto Aprobado de Congresos y Convenciones por 100	Anual	Presupuesto Aprobado	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		84.40%
				0	0	0	0	0	0		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
				0	200,000.00	180,000.00	0	0	0	$ 380,000.00	

Realizado

Unidad de Medida	Formula	Frecuencia de medida									
Porcentaje	(Monto ejercido en Publicidad en IBTM Americas)/presupuesto autorizado en IBTM Americas*100	Semestral	Metas Realizadas IBTM Americas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		0.00%
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
										0	
	(Monto ejercido en IBTM Internacional/presupuesto autorizado en IBTM Internacional)*100		Metas Realizadas IBTM Internacional	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		0.00%
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
										0	
	Total de Presupuesto Ejercido de Publicidad entre Total de Presupuesto Aprobado de Publicidad por 100	Anual	Presupuesto Ejercido	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		0.00%
				0	0	0	0	0	0		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
				0	0	0	0	0	0	0	

INDICADOR

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		CALENDARIO							Porcentaje Programado
Porcentaje	(Monto ejercido en Publicidad en Eventos de alto impacto)/presupuesto autorizado en Eventos de alto impacto*100	Semestral	Metas Proyectadas Eventos de alto impacto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
				0	0	0	0	1	0		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
				0	0	0	0	0	0	1	
	(Monto ejercido en Filmaciones/presupuesto autorizado en Filmaciones)*100		Metas Proyectadas Fimaciones	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
				0	0	0	0	0	0		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
				0	0	0	1	0	0	1	
	Total de Presupuesto por Ejercer de Eventos de Alto Impacto entre Total de Presupuesto Aprobado de Eventos de Alto Impacto por 100	Anual	Presupuesto Aprobado	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
				293,941.00	293,941.00	293,942.00	293,942.00	293,942.00	293,942.00		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
				293,941.00	293,942.00	293,942.00	293,942.00	293,942.00	293,941.00	$ 3,527,300.00	

Realizado

Unidad de Medida	Formula	Frecuencia de medida		CALENDARIO							Porcentaje Programado
	(Monto ejercido en Publicidad en Eventos de alto impacto)/presupuesto autorizado en Eventos de alto impacto*100		Metas Realizadas Eventos de Alto Impacto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		0.00%
				0	0	0	0	0	0		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
				0	0	0	0	0	0	0	
	(Monto ejercido en	Semestral	Metas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
				0	0	0	0	0	0		

Porcentaje	Filmaciones/presupuesto autorizado en Filmaciones)*100		Realizadas Filmaciones	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	0.00%
				0	0	0	0	0	0	0	
	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		4.93%
				34,800.00	0.00	69,600.00	34,800.00	34,800.00	0.00		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
				0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	174,000.00	

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 Proyectadas	CALENDARIO							Porcentaje Programado
	(Monto ejercido en Programas Cooperativos con Líneas Aéreas)/presupuesto autorizado en Programas Cooperativos con Líneas Aéreas*100	Semestral	Cooperativos con Líneas Aéreas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
							1			1	
	(Monto ejercido en Eventos especializados con Líneas Aéreas)/presupuesto autorizado en Eventos especializados con Líneas Aéreas*100	Semestral	Eventos especializados con Líneas Aéreas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
								1			
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
										1	
	(Monto ejercido en Eventos especializados con Líneas de Autobuses)/presupuesto autorizado en Eventos especializados con Líneas de Autobuses)*100	Semestral	Eventos especializados con Líneas de Autobuses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
								1			
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
										1	
	(Monto ejercido en Evento segmento de cruceros)/presupuesto autorizado en Evento segmento de cruceros)*100	Semestral	Evento segmento de cruceros	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
								1		1	
	(Monto ejercido en Publicidad cooperativa con Línea de Autobuses/presupuesto autorizado en Publicidad cooperativa con Línea de Autobuses)*100	Semestral	Publicidad cooperativa con Línea de Autobuses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		100.00%
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
							1			1	
	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		100.00%
				208,333	208,333	208,333	208,333	208,334	208,334		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
				208,333	208,333	208,333	208,334	208,334	208,333	$ 2,500,000.00	

Realizado

Unidad de Medida	Formula	Frecuencia de medida	Metas Realizadas	CALENDARIO							Porcentaje Programado
	(Monto ejercido en Programas Cooperativos con Líneas Aéreas)/presupuesto autorizado en	Semestral	Cooperativos Líneas Aéreas Nacionales e	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		0.00%
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	

		Programas Cooperativos con Líneas Aéreas*100		**Internacionales**								0	
		(Monto ejercido en Eventos especializados con Líneas Aéreas)/presupuesto autorizado en Eventos especializados con Líneas Aéreas*100	Semestral	**Metas Realizadas Eventos Aéreos Especializados.**	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		**200.00%**
									1	1		
					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
											2	
	Porcentaje	(Monto ejercido en Eventos especializados con Líneas de Autobuses)/presupuesto autorizado en Eventos especializados con Líneas de Autobuses)*100	Semestral	**Metas Realizadas Eventos especializados con Líneas de Autobuses**	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		**100.00%**
										1		
					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
											1	
		(Monto ejercido en Evento segmento de cruceros)/presupuesto autorizado en Evento segmento de cruceros)*100	Semestral	**Metas Realizadas Evento segmento de cruceros**	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		**0.00%**
					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
											0	
		(Monto ejercido en Publicidad cooperativa con Línea de Autobuses/presupuesto autorizado en Publicidad cooperativa con Línea de Autobuses)*100	Semestral	**Metas Realizadas Publicidad cooperativa con Línea de Autobuses**	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	
											0.00	

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

APOYO A LA EQUIDAD DE GÉNERO (Realizar de manera eficiente las actividades plasmadas en el Plan Operativo Anual 2026)

INDICADOR

Programado

Unidad de Medida	*Formula*	*Frecuencia de medida*	**Metas Programadas**	**CALENDARIO**							*Porcentaje Programado*
				Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
	(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	Anual	**Capacitaciones para la prevencion y erradicacion de la violencia**			1			1		**150.00%**
Porcentaje				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
								1		3	
	Total de Presupuesto por Ejercer de apoyo a la equidad de genero entre Total de Presupuesto Aprobado de apoyo a la equidad de genero por 100	Anual	**Presupuesto Aprobado**	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		**100.00%**
				333.00	333.00	333.00	333.00	333.00	333.00		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
				333.00	333.00	333.00	333.00	337.00	333.00	$ 4,000.00	

Realizado

Unidad de Medida	*Formula*	*Frecuencia de medida*	**Metas Realizadas**	**CALENDARIO**							*Porcentaje Programado*
				Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
	(Monto ejercido en Capacitaciones para la prevencion y erradicacion de la violencia)/presupuesto autorizado en Capacitaciones para la prevencion y	Anual	**Capacitaciones para la prevencion y**			1					**33.33%**
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	

	Porcentaje	Capacitaciones para la prevencion y erradicacion de la violencia)*100		la violencia							1		
		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			5.85%
					0	0	234.00	0	0	0			
					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total		
					0	0	0	0	0	0	$ 234.00		

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 2026)

Programado

	Unidad de Medida	*Formula*	*Frecuencia de medida*									*Porcentaje Programado*
INDICADOR				Metas Realizadas Gasto Operativo 2021	CALENDARIO							
					Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
					1	1	1	1	1	1		
		Total de Gasto Operativo por Realizar entre Total de Gasto Operativo Proyectado por 100	Anual		Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	100.00%
					1	1	1	1	1	1	12	
	Porcentaje	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		
					500,000.00	500,000.00	500,000.00	500,000.00	500,000.00	500,000.00		100.00%
					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
					500,000.00	500,000.00	500,000.00	500,000.00	500,000.00	500,000.00	$ 6,000,000.00	

Realizado

	Unidad de Medida	*Formula*	*Frecuencia de medida*									*Porcentaje Programado*
				Metas Realizadas Gasto Operativo 2021	CALENDARIO							
					Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
		Total de Gasto Operativo Realizado entre Total de Gasto Operativo Proyectado por 100	Anual		1	1	1	1	1	1		50.00%
					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
											6	
	Porcentaje	Total de Presupuesto Alcanzado de Gasto Operativo entre Total de Presupuesto Aprobado de Gasto Operativo por 100	Anual	Presupuesto Ejercido	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
					325,124.06	506,383.06	313,132.07	698,126.64	318,119.76	387,010.96		42.46%
					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
											$ 2,547,896.55	

FIN: Cubrir 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.

SERVICIOS PROFESIONALES (Emitir 12 estados financieros mensuales a la Dirección General de Entidades Paraestatales 1 informe semestral y 1 cuenta pública a la Auditoría Superior del Estado.)

Programado

	Unidad de Medida	*Formula*	*Frecuencia de medida*									*Porcentaje Programado*
INDICADOR				Metas Realizadas Servicios Profesionales	CALENDARIO							
					Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
		Total de Servicios Profesionales por Realizar entre Total de Servicios Profesionales Proyectados por 100	Anual		1	1	1	1	1	1		100.00%
					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
					1	1	1	1	1	1	12	
	Porcentaje	Total de Presupuesto por Ejercer de Servicios Profesionales entre Total de Presupuesto Aprobado de Servicios Profesionales por 100	Anual	Presupuesto Aprobado	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
					100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00		100.00%
					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
					100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	$ 1,200,000.00	

Realizado

	Unidad de Medida	*Formula*	*Frecuencia de medida*									*Porcentaje Programado*
				Metas Realizadas Servicios Profesionales	CALENDARIO							
					Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
		Total de Servicios Profesionales Realizado entre Total de Servicios Profesionales Proyectado por 100	Anual		1	1	1	1	1	1		50.00%
					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
											6	
	Porcentaje	Total de Presupuesto Ejercido de Servicios Profesionales entre Total de Presupuesto Aprobado de Servicios Profesionales por 100	Anual	Presupuesto Ejercido	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
					63,888.91	36,400.12	107,122.26	66,330.31	67,404.95	54,513.57		40.13%
					Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
											$ 395,660.12	

TRANSFORMANDO GUERRERO GOBIERNO DEL ESTADO 2021 - 2027

FIDEICOMISO PARA LA PROMOCION TURISTICA DE ACAPULCO
PRESUPUESTO BASADO EN RESULTADOS 2026

Acapulco — FIDEICOMISO PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE ACAPULCO

INDICADOR

FIN: Cumplir con las obligaciones fiscales en tiempo y en forma.

OTROS SERVICIOS GENERALES (Cubrir con los pagos de impuestos sobre nominas, servicios bancarios, servicios y mantenimiento y gastos operativos del patrimonio del Fideicomiso.)

Programado

Unidad de Medida	*Formula*	*Frecuencia de medida*	**Metas Proyectadas Otros Servicios Generales**	CALENDARIO							*Porcentaje Programado*
Porcentaje	Total de Otros Servicios Generales por Realizar entre Total de Otros Servicios Generales Proyectados por 100	Anual		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		**100.00%**
				1	1	1	1	1	1		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
				1	1	1	1	1	1	**12**	
	Total de Presupuesto por Ejercer de Otros Servicios Generales entre Total de Presupuesto Aprobado de Otros Servicios Generales por 100	Anual	**Presupuesto Aprobado**	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		**100.00%**
				200,000.00	200,000.00	200,000.00	200,000.00	200,000.00	200,000.00		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
				200,000.00	200,000.00	200,000.00	200,000.00	200,000.00	200,000.00	**$ 2,400,000.00**	

Realizado

Unidad de Medida	*Formula*	*Frecuencia de medida*	**Metas Realizadas Otros Servicios Generales**	CALENDARIO							*Porcentaje Programado*
Porcentaje	Total de Otros Servicios Generales Realizado entre Total de Otros Servicios Generales Proyectado por 100	Anual		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		**50.00%**
				1	1	1	1	1	1		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
										6	
	Total de Presupuesto Ejercido de Otros Servicios Generales entre Total de Presupuesto Aprobado de Otros Servicios Generales por 100	Anual	**Presupuesto Ejercido**	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		**28.68%**
				196,089.27	137,139.79	47,449.57	163,467.90	113,286.42	30,918.44		
				Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
										$ 688,351.39	

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. Aída Patricia Pérez Pérez
Directora Operativa

Aprobado por
C. Manuel Negrete Arias
Presidente del Comité Técnico

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

TRANSFORMANDO GUERRERO GOBIERNO DEL ESTADO 2021 - 2027

FIDEICOMISO PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE ACAPULCO

FIDEICOMISO PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE ACAPULCO

MATRIZ DEL MARCO LOGICO

Ejercicio Presupuestal: Primer Semestre 2026
ODS:8 Trabajo decente y crecimiento económico
Dimesion. 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.
Linea de Accion.- 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 2025				Fuentes de verificación	Supuestos
									T1	T2	T3	T4		
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.	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	Variacion porcentual de la derrama economica turistica en Acapulco	Derrama economica actual/Derrama economica anterior)*100	Semestral	92252	Porcentaje	25456	32157			Informe de Actividades del FIDETUR	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.	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	Porcentaje de incremento en la ocupación hotelera anual	(Ocupación hotelera actual/Ocupación hotelera anterior)*100	Semestral	92252	Porcentaje	25456	32157			Informe de Actividades del FIDETUR	El sector hotelero mantiene la calidad de sus servicios y tarifas competitivas en el mercado
Componente		Campaña de promoción turistica nacional e internacional ejecutadas	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	Porcentaje de campañas de promoción realizadas conforme a lo programada	(Numero de campañas realizadas/numero de campañas programadas)*100	Semestral	92252	Porcentaje	25456	32157			Informe de Actividades del FIDETUR	Los medios de comunicación y plataformas digitales cumplen con los contratos de difusión en los tiempos establecidos.
	1.1	Material Promocional	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	Porcentaje de presupuesto ejercido en Material Promocional	(Monto ejercido en Publicidad en Material Promocional/presupuesto autorizado en Material Promocional)*100	Semestral	15000	Porcentaje	1363	1567			Informe de Actividades del FIDETUR	Control de inventario y evidencia fotografica de entega del material promocional en las diferentes caravanas y eventos nacionales e internacionales

1.2	Imagen del destino	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	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	100	Porcentaje	24	31			Informe de Actividades del FIDETUR	Control de inventario y evidencia fotografica de entega del material promocional en las diferentes caravanas y eventos nacionales e internacionales
1.3	Publicidad en socios comerciales	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	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	20	Porcentaje	0	0			Informe de Actividades del FIDETUR	Control de inventario y evidencia fotografica de entega del material promocional en las diferentes caravanas y eventos nacionales e internacionales
1.4	Publicidad en Incrementar numero de seguidores 10% (Redes Sociales)	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	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	27,000	Porcentaje	3,975	4,342			Informe de Actividades del FIDETUR	Control de inventario y evidencia fotografica de entega del material promocional en las diferentes caravanas y eventos nacionales e internacionales
1.5	Campaña Publicitaria mensajes en perfiles (Redes Sociales)	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	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	3,000	Porcentaje	1583	1896			Informe de Actividades del FIDETUR	Control de inventario y evidencia fotografica de entega del material promocional en las diferentes caravanas y eventos nacionales e internacionales

1.6	Publicidad en Impresiones (Redes Sociales)	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	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	10,000,000	Porcentaje	1,986,764	2,184,696			Informe de Actividades del FIDETUR	Control de inventario y evidencia fotografica de entega del material promocional en las diferentes caravanas y eventos nacionales e internacionales
2.1	Viajes Nacionales (Blitz)	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Porcentaje de presupuesto ejercido en Viajes Nacionales (Blitz)	(Monto ejercido en Viajes Nacionales (Blitz)/presupuesto en Viajes Nacionales (Blitz)*100	Semestral	6	Porcentaje	3	4			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia fotografica en la participación y entega del material promocional en las diferentes caravanas y eventos nacionales e internacionales
2.2	Viajes Internacionales (blitz)	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Porcentaje de presupuesto ejercido en Viajes Internacionales (blitz)	(Monto ejercido en Viajes Internacionales (blitz)/presupuesto autorizado en Publicidad en Viajes Internacionales (blitz)*100	Semestral	2	Porcentaje	1	2			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia fotografica en la participación y entega del material promocional en las diferentes caravanas y eventos nacionales e internacionales
2.3	Eventos con otras empresas	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Porcentaje de Publicidad en Eventos otras empresas	(Monto ejercido en Eventos otras empresas /presupuesto autorizado en Eventos otras empresas)*100	Semestral	2	Porcentaje	3	3			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia fotografica en la participación y entega del material promocional en las diferentes caravanas y eventos nacionales e internacionales
2.4	FAMS o Capacitaciones	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	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	2	Porcentaje	3	4			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia fotografica en la participación y entega del material promocional en las diferentes caravanas y eventos nacionales e internacionales

2.5	Ferias Nacionales	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Porcentaje de Ferias Nacionales	(Monto ejercido en Ferias Nacionales)/presupuesto autorizado en Ferias Nacionales)*100	Semestral	2	Porcentaje	1	2			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia fotografica en la participación y entega del material promocional en las diferentes caravanas y eventos nacionales e internacionales
2.6	Ferias Internacionales	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Porcentaje de presupuesto ejercido en Ferias Internacionales	(Monto ejercido en Publicidad en Ferias Internacionales)/(presupuesto autorizado en Ferias Internacionales)*100	Semestral	3	Porcentaje	2	2			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia fotografica en la participación y entega del material promocional en las diferentes caravanas y eventos nacionales e internacionales
2.7	Webinars	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Porcentaje de presupuesto ejercido en Webinars	(Monto ejercido en Publicidad en Webinars)/(presupuesto autorizado en Webinars)*100	Semestral	12	Porcentaje	1	3			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia fotografica en la participación y entega del material promocional en las diferentes caravanas y eventos nacionales e internacionales
3.1	Boletín de prensa en español	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	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	12	Porcentaje	5	6			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización
3.2	Boletín de prensa en ingles	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	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	12	Porcentaje	0	1			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización

	3.3	Newsletter mensual (español e ingles)	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	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	6	Porcentaje	3	4			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización
	3.4	Publicaciones gratuitas	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Porcentaje de Publicidad en Publicaciones gratuitas	(Monto ejercido en Publicidad en Publicidad en Publicaciones gratuitas/Publicidad en Publicaciones gratuitas)*100	Semestral	2000	Porcentaje	12847	13153			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización
	3.5	Entrevistas mensuales	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Porcentaje de Entrevistas mensuales	(Monto ejercido en Entrevistas mensuales)/presupuesto autorizado en Entrevistas mensuales)*100	Semestral	48	Porcentaje	14	16			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización
	3.6	Viajes de familiarización	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Porcentaje de presupuesto ejercido en Viajes de familiarización	(Monto ejercido en Publicidad en Ferias Internacionales)/(presupuesto autorizado en Viajes de familiarización)*100	Semestral	2	Porcentaje	0	1			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización
Actividad	3.7	Boletín de prensa acciones FIDETUR	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	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	12	Porcentaje	5	6			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización

3.8	Newsletter bimestrales acciones FIDETUR	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	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	6	Porcentaje	3	3			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización
3.9	Entrevistas mensuales medios locales	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	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	48	Porcentaje	12	15			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización
3.10	Incrementar numero de seguidores 10% en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	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	27,000	Porcentaje	3,975	4,342			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización
3.11	Publicar mensajes en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	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	3,000	Porcentaje	1583	1896			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización
3.12	Impresiones en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	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	10,000,000	Porcentaje	1,986,764	2,184,696			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización

3.8	Newsletter bimestrales acciones FIDETUR	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	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	6	Porcentaje	3	3			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización
3.9	Entrevistas mensuales medios locales	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	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	48	Porcentaje	12	15			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización
3.10	Incrementar numero de seguidores 10% en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	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	27,000	Porcentaje	3,975	4,342			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización
3.11	Publicar mensajes en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	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	3,000	Porcentaje	1583	1896			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización
3.12	Impresiones en todos los perfiles de Redes Sociales de Acapulco y FIDETUR	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	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	10,000,000	Porcentaje	1,986,764	2,184,696			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización

3.13	Participación y Atención a Prensa, Agentes de Viajes Nacionales e Internacionales en el Tianguis Turístico 2026.	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	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	1	Porcentaje	0	1			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales, Boletines de Prensa, Newsletter, Entrevistas mensuales y Viajes de familiarización
4.1	IBTM Americas	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Porcentaje de presupuesto ejercido en IBTM Americas	(Monto ejercido en Publicidad en IBTM Americas)/presupuesto autorizado en IBTM Americas*100	Semestral	1	Porcentaje	0	0			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales en los Eventos de Turismo de Reuniones
4.2	IBTM Internacional	Lic. Ana Guillermina Camarena Sahagun	Porcentaje de presupuesto ejercido en IBTM Internacional	(Monto ejercido en IBTM Internacional/presupuesto autorizado en IBTM Internacional)*100	Semestral	1	Porcentaje	0	0			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales en los Eventos de Turismo de Reuniones
5.1	Eventos de alto impacto	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	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	3	Porcentaje	4	4			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales en los Eventos de Alto Impacto.
5.2	Filmaciones	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	Porcentaje de presupuesto ejercido en Filmaciones	(Monto ejercido en Filmaciones/presupuesto autorizado en Filmaciones)*100	Semestral	1	Porcentaje	0	0			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia de Publicaciones en Redes sociales en los Eventos de Alto Impacto.
6.1	Programas Cooperativos con Líneas Aéreas	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	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	1	Porcentaje	0	0			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia fotografica y en redes sociales en Publicidad con Programas Cooperativos y Eventos con Linea Aereas, Autobuses y Cruceros.

6.2	Eventos especializados con Líneas Aéreas	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	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	1	Porcentaje	1	1			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia fotografica y en redes sociales en Publicidad con Programas Cooperativos y Eventos con Linea Aereas, Autobuses y Cruceros.
6.3	Eventos especializados con Líneas de Autobuses	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	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	1	Porcentaje	0	1			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia fotografica y en redes sociales en Publicidad con Programas Cooperativos y Eventos con Linea Aereas, Autobuses y Cruceros.
6.4	Evento segmento de cruceros	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	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	1	Porcentaje	0	0			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia fotografica y en redes sociales en Publicidad con Programas Cooperativos y Eventos con Linea Aereas, Autobuses y Cruceros.
6.5	Publicidad cooperativa con Línea de Autobuses	Lic. Aida Patricia Pérez Pérez	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	1	Porcentaje	0	0			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia fotografica y en redes sociales en Publicidad con Programas Cooperativos y Eventos con Linea Aereas, Autobuses y Cruceros.
7.1	Capacitaciones para la prevencion y erradicacion de la violencia	Lic. Roberto Uriostegui Miranda	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	2	Porcentaje	0	1			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia fotografica y en redes sociales en Publicidad con Programas Cooperativos y Eventos con Linea Aereas, Autobuses y Cruceros.
8.1	Gasto Operativo	Lic. Beatriz Renteria Cardenas	Porcentaje de presupuesto ejercido en Gasto Operativo	(Monto ejercido en Gasto Operativo)/presupuesto autorizado en Gasto Operativo)*100	Semestral	12	Porcentaje	3	3			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia en los informes de actividades realizadas por el personal del FIDETUR.

9.1	Estados Financieros, Informe Semestral ASE, Cuenta Publica Finanzas y Cuenta Publica ASE.	Lic. Beatriz Renteria Cardenas	Porcentaje de presupuesto ejercido en Servicios Profesionales	(Monto ejercido en Servicios Profesionales)/presupuesto autorizado en Servicios Profesionales)*100	Semestral	12	Porcentaje	3	3			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia de Estados Financieros, Informe Semestral ASE, Cuenta Publica Finanzas y ASE realizados y presentados.
10.1	Servicios Generales, Servicios Bancarios e Impuestos Determinados y Pagados	Lic. Beatriz Renteria Cardenas	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	12	Porcentaje	3	3			Informe de Actividades del FIDETUR	Evidencia de Estados Financieros, Informe Semestral ASE, Cuenta Publica Finanzas y ASE realizados y presentados.

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

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

Revisado por
Lic. Aida Patricia Pérez Pérez
Directora Operativa

Aprobado por
C. Manuel Negrete Arias
Presidente del Comité Técnico

Acapulco
En el juego desde 1930

FIDEICOMISO PARA LA PROMOCION TURISTICA DE ACAPULCO