



# **PROGRAMA OPERATIVO ANUAL 2016**

## **ACUERDO DE CONSTITUCIÓN**

El 28 de Diciembre del año 2007 se publica en el Diario Oficial del Gobierno del Estado de Guerrero el Acuerdo por el que se constituye el Fideicomiso para la Promoción Turística de Acapulco. El objeto del Fideicomiso para la Promoción Turística de Acapulco, será realizar todas aquellas actividades relacionadas a la promoción turística nacional e internacional de la ciudad y puerto de Acapulco. <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Fuente: Art. 1 del Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Guerrero No. 104 de fecha 28 de Diciembre del 2007.

## **MISIÓN**

Atender las necesidades que contribuyan de manera efectiva a las actividades vinculadas a la promoción turística nacional e internacional, en la que se considere la planeación, organización, ejecución, desarrollo, supervisión y evaluación de programas de promoción y publicidad que tengan como objetivo contribuir con el incremento cuantitativo y cualitativo de los flujos turísticos hacia el Municipio de Acapulco de Juárez, Guerrero.

## **VISION**

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.

# PROGRAMAS

## **OBJETIVO PRINCIPAL**

En base al acuerdo de su constitución el Fideicomiso para la Promoción Turística de Acapulco, tiene como objetivo principal la creación de un fondo autónomo, custodiado, invertido y administrado por el Fiduciario que posibilite por una parte la promoción turística de la ciudad y puerto de Acapulco, Guerrero, tanto dentro de la república mexicana como en el extranjero; así como la promoción del mercado de convenciones en la misma ciudad y puerto de Acapulco, Guerrero; a través de la contratación de personas físicas o morales que tengan la capacidad y experiencia necesaria para realizar los fines del mismo o en los términos que apruebe o indique el Comité Técnico.<sup>2</sup>

Para la consecución del objetivo del Fideicomiso se adoptan los programas siguientes:

- 1.- Programa de Publicidad Nacional
- 2.- Programa de Publicidad Internacional
- 3.- Programa de Relaciones Públicas
- 4.- Programa de Apoyo a la Conectividad
- 5.- Programa de Ferias y Eventos
- 6.- Programa de Promoción Nacional
- 7.- Programa de Promoción Internacional
- 8.- Programa de Planeación (Estudios e Investigaciones)
- 9.- Gastos de Operación
- 10.- Servicios Profesionales
- 11.- Otros Servicios Generales

<sup>2</sup> Fuente: Art. 8 del Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Guerrero No. 104 de fecha 28 de Diciembre del 2007.

## **1.- PROGRAMA DE PUBLICIDAD NACIONAL**

PROBLEMÁTICA, NECESIDAD U OPORTUNIDAD.

Con motivo de factores externos que han reducido el mercado internacional, la competencia por el mercado de turismo nacional se ha venido incrementando, por lo que se requiere mantener la presencia de Acapulco en sus mercados tradicionales de origen nacional.

OBJETIVO GENERAL.

Mantener el posicionamiento de Acapulco en el mercado nacional impactando al público consumidor en su decisión de viaje, a través de campañas de publicidad de imagen y venta dura. Así como la participación en publicaciones especializadas en diversos segmentos.

DESCRIPCIÓN GENERAL.

Las acciones de publicidad Nacional estarán enfocadas principalmente a los mercados que tengan conectividad aérea y terrestre con el destino.

Los mercados primarios para Acapulco son: Distrito Federal, Estado de México, Puebla, Morelos, Guanajuato y Querétaro.

Los mercados secundarios en México son: Monterrey, Jalisco, Aguascalientes y Tijuana.

### **Acciones:**

- **Campaña de imagen de destino.-** Generar preferencia y diferencia en el consumidor objetivo, resaltando siempre los atributos del Destino, en coordinación con el programa bipartita del CPTM.

- **Campaña de oferta de producto y venta dura.-** Diseñar y producir una campaña para incentivar al consumidor a través de los diferentes medios impresos y electrónicos, en la compra del producto Acapulco en el mercado Nacional, mediante la oferta de paquetes o promociones especiales.
- **Programas Cooperativos.-** Los recursos se multiplicarán mediante programas cooperativos con el CPTM y socios comerciales.
- **Material promocional.-** Contar con material impreso, digital y audiovisual que proporcione información actualizada y promociones del Destino para ser distribuido en el Mercado Nacional.

#### METAS ESPERADAS.

Se propone realizar 2,000 publicaciones en medios de comunicación; televisión, radio, prensa, revistas, espectaculares, etc.

En cuanto al material publicitario se propone producir 30 mil piezas.

#### JUSTIFICACIÓN.

Se considera una campaña general de imagen institucional del destino, así como la campaña de publicidad que se enfoca para impactar al público consumidor, con ofertas atractivas y valores agregados que sin abaratar el destino, motiven la compra de los servicios turísticos con promociones de temporada.

#### INVERSIÓN.

Para poder llevar a cabo la Campaña de Publicidad Nacional, se requiere contar como mínimo de una inversión de **\$12,000,000.00 (Doce millones de pesos 00/100 M.N.)** por parte de Acapulco.



## **2.- PROGRAMA DE PUBLICIDAD INTERNACIONAL**

PROBLEMÁTICA, NECESIDAD U OPORTUNIDAD.

Acapulco ha venido perdiendo el mercado de turismo extranjero, por problemas en la economía en sus principales mercados emisores como son Estados Unidos y Canadá, situación que se agravó por la inseguridad que invadió nuestro destino la cual provocó la creación de alertas en éstos países para no visitar Acapulco, por lo que se requiere incrementar la presencia de Acapulco en estos mercados, así como enfocar estrategias a los mercados emergentes como Latinoamérica.

Asimismo se le debe dar seguimiento y aprovechar las alianzas con el Consejo de Promoción Turística de México y Socios Comerciales, con la finalidad de multiplicar el presupuesto para estos mercados.

OBJETIVO GENERAL.

Implementar un programa estratégico de Publicidad Internacional para reposicionar la imagen de Acapulco, que nos permita elevar el volumen de comercialización y esto se refleje en una mayor captación de Turistas Extranjeros.

DESCRIPCIÓN GENERAL.

Las acciones de publicidad Internacional estarán enfocadas principalmente a los mercados emisores en Norteamérica.

Los mercados primarios en Estados Unidos son: Houston, Nueva York, Los Ángeles, Chicago, Dallas, Phoenix; y para Canadá son: Toronto, Montreal y Quebec.

Los mercados secundarios en Estados Unidos son: Atlanta, Denver y Minneapolis; y para Canadá son: Vancouver, Calgary y Edmonton.

Adicionalmente se realizarán Campañas en Centro y Sudamérica, principalmente en Costa Rica, Salvador, Guatemala así como Colombia, Perú, Ecuador, Argentina, Chile y Brasil.

Se pretende penetrar en Europa y Asia con la finalidad de ir motivando dichos mercados y poder en un futuro atraer turistas de estas regiones a nuestro destino.

Las Campañas están dirigidas a incentivar al consumidor en la compra del producto Acapulco, mediante la oferta de paquetes de destino.

### **Acciones:**

- **Campaña de Imagen de Destino.-** Generar un cambio en la percepción del Destino en el Mercado Internacional, resaltando siempre los atributos naturales y de servicio, en coordinación con el programa bipartita internacional del CPTM.
- **Campaña de oferta de producto.-** Ofertar productos con valores agregados, como los atractivos que incluyen experiencias vivenciales que motiven la intención de viaje a nuestro destino, en alianza con Socios Comerciales en programas cooperativos.
- **Programas Cooperativos.-** Los recursos se multiplicarán mediante programas cooperativos con el CPTM y socios comerciales.
- **Material promocional.-** Contar con material impreso, digital y audiovisual que proporcione información actualizada y promociones del Destino para ser distribuido en el Mercado Internacional. Este material se producirá en Español, Inglés y Francés.

### METAS ESPERADAS.

Se propone realizar 2,500 publicaciones en medios de comunicación; televisión, radio, prensa, revistas, espectaculares, etc.

En cuanto al material publicitario se propone producir 20 mil piezas.

### JUSTIFICACIÓN.

Este año se está considerando la realización de una Campaña de Publicidad de imagen institucional en Norteamérica, Europa y Latinoamérica.

### INVERSIÓN.

Para poder llevar a cabo la Campaña de Publicidad Internacional, se requiere contar como mínimo de una inversión de **\$7,500,000.00 (Siete millones quinientos mil pesos 00/100 M.N.)** por parte de Acapulco.

### **3.- PROGRAMA DE RELACIONES PÚBLICAS.**

PROBLEMATICA, NECESIDAD U OPORTUNIDAD.

Acapulco ha sido afectado por la imagen de inseguridad, principalmente en el extranjero, lo que ha generado que a pesar de que la marca este bien posicionada, los extranjeros no tengan la intención de viajar a nuestro destino, por lo que se requiere desarrollar una estrategia de comunicación y relaciones públicas que nos permita dimensionar los problemas y resaltar todo lo positivo, para cambiar la percepción negativa del destino. Asimismo las Relaciones Públicas representan una oportunidad de generar publicidad gratuita con mínimos recursos a través de los medios de comunicación.

OBJETIVO GENERAL.

Generar una imagen turística positiva del destino y crear un esquema de respuesta inmediata a situaciones adversas, así como lograr mayor presencia en los medios de comunicación y contribuir en el reposicionamiento de la marca.

DESCRIPCIÓN GENERAL.

Desarrollar un programa que nos permita cambiar la percepción del destino mediante acciones de relaciones públicas como: manejo de crisis, atención a personalidades, organización de eventos, viajes de familiarización de medios de comunicación, agentes de viajes y equipos de filmación tanto nacionales como extranjeros, que permitan difundir imágenes positivas y testimoniales del destino, a través de diversas herramientas de comunicación que se aplicarán tanto a nivel nacional como en el extranjero.

### **Acciones:**

- **Campaña de RP en Estados Unidos y Canadá.-** Mejorar la imagen del Destino ante los medios de comunicación y público consumidor del mercado de Norteamérica.
- **Campaña de RP en México.-** Fortalecer la imagen positiva del Destino ante el mercado Nacional que contribuya al reposicionamiento de la marca y la preferencia ante el público consumidor.
- **Campaña de RP en el Destino.-** Coordinar y coadyuvar en la estrategia de Relaciones Públicas Nacional e Internacional a través de las siguientes acciones:
  - Desarrollo de Contenidos (Eventos, ofertas, promociones, testimoniales, textos, entre otros)
  - Elaboración de herramientas de comunicación y difusión (Boletines, Newsletters, etc.)
  - Difusión y distribución de materiales a través de Redes Sociales y medios de comunicación tradicionales.
  - Fam Trips de prensa
  - Fam Trips de agentes de viajes
  - Atención de celebridades e invitados especiales

## METAS ESPERADAS.

Se propone generar 1,000 artículos y reportajes.

Recibir 30 viajes de familiarización individuales y de grupo.

## JUSTIFICACIÓN.

Conservar una buena imagen de Acapulco frente al público consumidor y los profesionales de la industria, mostrándoles sus bellezas y bondades y nuevos atractivos, así como contrarrestar notas y publicaciones negativas que afecten al destino. La publicidad gratuita que se genera permite incrementar los impactos publicitarios en beneficio de Acapulco.

## INVERSIÓN.

Para poder llevar a cabo el Programa de Relaciones Públicas, se requiere contar como mínimo de una inversión de **\$3,500,000.00 (Tres millones quinientos mil pesos 00/100 M.N.)**

## **4.- PROGRAMA DE APOYO A LA CONECTIVIDAD.**

PROBLEMÁTICA, NECESIDAD U OPORTUNIDAD.

Acapulco ha venido perdiendo competitividad en sus mercados con motivo del retiro de aerolíneas, por lo que se requiere recuperar y mantener sus vías de acceso del transporte aéreo y de cruceros que le permitan mejorar las facilidades de arribo del turismo nacional e internacional. Lo anterior bajo el esquema de Programas Cooperativos con el Consejo de Promoción Turística de México, que con recurso Federal y los Socios Comerciales permite triplicar la inversión.

OBJETIVO GENERAL.

Incrementar la conectividad hacia Acapulco mediante acciones de apoyo a líneas aéreas que tienen vuelos directos hacia el destino, impulsando a su vez la generación de nuevos vuelos, igualmente apoyar a las navieras para incrementar el arribo de cruceros.

DESCRIPCIÓN GENERAL.

Realizar Programas Cooperativos con líneas aéreas y compañías navieras con la finalidad de incrementar tanto el arribo de vuelos como de cruceros, trabajando en coordinación con OMA y la Administración Portuaria Integral (API).

### **Acciones:**

- **Apoyo a Líneas Aéreas y Vuelos Charters.-** Realizar programas cooperativos tripartitas con el CPTM, así como la participación en eventos que realizan las líneas aéreas.

- **Apoyo al Segmento de Cruceros.-** Participar en eventos especializados así como en publicaciones destinadas para este segmento.
- **Participación en Eventos Especializados.-** Participar en coordinación con la API y OMA en eventos que contribuyan a promover el destino con la finalidad de generar mayor demanda.

#### METAS ESPERADAS.

Realizar 7 Programas Cooperativos con líneas aéreas Nacionales e Internacionales.

Participar en 6 eventos de líneas aéreas y cruceros.

#### JUSTIFICACIÓN.

Mantener los vuelos existentes con la finalidad de garantizar el arribo al destino de visitantes Nacionales y Norteamérica; así como buscar rutas adicionales y aprovechar las oportunidades de nuevos mercados con demanda hacia Acapulco. Recuperar el arribo de cruceros mediante las negociaciones con las navieras.

#### INVERSIÓN.

Para poder llevar a cabo el Programa de Apoyo a la Conectividad, se requiere contar como mínimo de una inversión de **\$3,500,000.00 (Tres millones quinientos mil pesos 00/100 M.N.)**



## **5.- PROGRAMA DE FERIAS Y EVENTOS.**

PROBLEMÁTICA, NECESIDAD U OPORTUNIDAD.

Se requiere promover y mantener el apoyo para la realización de eventos locales de diversa índole, que contribuyan a la difusión del destino y generen mayor afluencia y derrama económica, así como promover la demanda y la utilización de las instalaciones e infraestructura con la que cuenta Acapulco para dar un servicio eficiente y moderno al segmento de Congresos y Convenciones.

OBJETIVO GENERAL.

Promover al destino con el apoyo a la difusión y organización de eventos de alcance nacional e internacional, que generen impactos publicitarios y ventas; así como posicionar a Acapulco como un destino atractivo para el desarrollo de eventos de Congresos, Convenciones y Grupos de Incentivos, a nivel nacional e internacional.

DESCRIPCIÓN GENERAL.

Se proporcionarán apoyos publicitarios en coordinación con los organizadores de eventos de alto impacto, que tienen como sede Acapulco. Adicionalmente se asistirá a los eventos del mercado de Congresos y Convenciones a nivel nacional y del extranjero, promoviendo contactos con planeadores de congresos, la coordinación con Centros Feriales y la atención de las visitas de inspección de profesionales de la industria.

### **Acciones:**

- **Apoyo a Gestión de Congresos y Convenciones.-** Participar en ferias y eventos del segmento, así como inserciones en revistas especializadas, igualmente generar material audiovisual (video) e impreso (manual), como herramientas de promoción.

- **Apoyo a Eventos promocionales.-** Participar con patrocinio y/o logística en eventos que generen impactos publicitarios y de promoción para el Destino.
- **Apoyo a Filmaciones en el Destino.-** En coordinación con el Comité de Filmaciones promover al Destino como opción para la grabación de películas, series de Televisión, videos, entre otros.

#### METAS ESPERADAS.

Se propone apoyar y participar en 5 eventos e inserciones de Congresos y Convenciones.

Participar en 3 eventos promocionales.

Apoyar a 2 filmaciones en el Destino.

#### JUSTIFICACIÓN.

Los impactos publicitarios que generan la realización de estos eventos sería imposible cubrirlos con los recursos disponibles, por el alto costo de los medios de comunicación, permitiendo así un gran impacto y una menor inversión. Asimismo se incrementarían los índices de ocupación de la plaza principalmente en temporadas bajas, con el aprovechamiento exitoso y rentable de las instalaciones de los Centros Feriales y de la infraestructura hotelera con que se cuenta para este mercado.

#### INVERSIÓN.

Para poder llevar a cabo el Programa de Ferias y Eventos, se requiere contar como mínimo de una inversión de **\$1,500,000.00 (Un millón quinientos mil pesos 00/100 M.N.)**

## **6.- PROGRAMA DE PROMOCIÓN NACIONAL.**

PROBLEMÁTICA, NECESIDAD U OPORTUNIDAD.

Se requiere mantener la presencia de Acapulco en sus mercados naturales, proporcionando a los mayoristas, tour operadores, agentes de viajes y líneas aéreas, la información actualizada de los nuevos atractivos, servicios y agenda turística.

OBJETIVO GENERAL.

Mantener la presencia del destino con la capacitación y actualización a los profesionales de la industria acerca de los nuevos atractivos y servicios turísticos, en los mercados emisores de turismo nacional, impactando al público consumidor.

DESCRIPCIÓN GENERAL.

En coordinación con los prestadores de servicios turísticos, líneas aéreas, mayoristas y profesionales del turismo, realizar programas de Seminarios de Capacitación sobre Acapulco y asistir a Ferias y Exposiciones de la industria turística. El programa de Promoción Nacional se enfocará tanto a los mercados primarios como secundarios, de acuerdo a un calendario de viajes diseñado en coordinación con el Comité de Mercadotecnia.

### **Acciones:**

- **Participación en el Tianguis Turístico.-** Negociar los programas cooperados con los socios comerciales.

- **Participación en ferias y trade shows.-** En coordinación con el Sector Turístico asistir a las ferias y trade shows que contribuyan a la comercialización del Destino.
- **Impartición de seminarios de Acapulco.-** Actualizar a los agentes de viajes y profesionales de la industria sobre los productos turísticos.
- **Apoyo a caravanas de promoción.-** Participar en coordinación con el sector turístico de Acapulco en Caravanas a los mercados emisores Nacionales.
- **Alianzas estratégicas con mayoristas.-** Promoción conjunta del Destino y venta dura de oferta hotelera.

#### META ESPERADA.

Se propone realizar 10 participaciones en Promoción Nacional.

#### JUSTIFICACIÓN.

Actualizar a los profesionales del turismo con información de Acapulco e incentivarlos para que seleccionen al destino como una mejor opción para sus clientes.

#### INVERSIÓN.

Para poder llevar a cabo la Campaña de Promoción Nacional, se requiere contar como mínimo de una inversión de **\$1,500,000.00 (Un millón quinientos mil pesos 00/100 M.N.)**

## **7.- PROGRAMA DE PROMOCION INTERNACIONAL.**

PROBLEMÁTICA, NECESIDAD U OPORTUNIDAD.

Se requiere recuperar el turismo internacional incrementando la presencia de Acapulco en sus mercados de origen en el extranjero, proporcionando a los mayoristas y turoperadores información actualizada de los nuevos atractivos y servicios turísticos, así como diversificar los mercados.

OBJETIVO GENERAL.

Asegurar la presencia del destino principalmente en el mercado de Norteamérica, con Seminarios, Ferias y Trade Shows dirigidos a los agentes de viajes y tour operadores, de acuerdo al calendario de viajes propuesto a los prestadores de servicios turísticos, asimismo buscar oportunidades en mercados de Latinoamérica.

DESCRIPCIÓN GENERAL.

En coordinación con el CPTM, prestadores de servicios turísticos, líneas aéreas, mayoristas y profesionales del turismo, realizar programas de seminarios de capacitación para agentes de viajes, ferias y exposiciones de la industria turística. El programa de Promoción Internacional, en Estados Unidos y Canadá, se enfocará tanto a los mercados primarios como secundarios, así como a los mercados emergentes de Brasil, Colombia y Chile.

### **Acciones:**

- **Participación en Ferias y Trade Shows internacionales.-**  
En coordinación con el CPTM se participará en las principales ferias con la finalidad de mantener la marca Acapulco en los mercados emisores.

- **Alianzas estratégicas con mayoristas.-** Promoción conjunta del Destino y venta dura de oferta hotelera.
- **Impartición de seminarios y webinars.-** Actualizar a los agentes de viajes y profesionales de la industria sobre los productos que tiene el Destino. Adicionalmente se participa en webinars organizados por el CPTM y socios comerciales.
- **Coordinación con representaciones del CPTM en el extranjero.-** Mantener comunicación constante con la finalidad de apoyar al Destino en la difusión y organización de eventos y seminarios, así como el constante contacto con los mayoristas y tour operadores.

#### META ESPERADA.

Se propone realizar 10 participaciones de Promoción Internacional.

#### JUSTIFICACIÓN.

Actualizar a los profesionales del turismo con información de Acapulco e incentivarlos para que seleccionen al destino como una mejor opción para sus clientes y aprovechar la oportunidad de nuevos mercados como el latinoamericano.

#### INVERSIÓN.

Para poder llevar a cabo el Programa de Promoción Internacional, se requiere contar como mínimo de una inversión de **\$2,500,000.00 (Dos millones quinientos mil pesos 00/100 M.N.)**

## **8.- PROGRAMA DE PLANEACIÓN (ESTUDIOS E INVESTIGACIONES)**

PROBLEMATICA, NECESIDAD U OPORTUNIDAD.

El Fideicomiso requiere destinar recursos para ser aplicados para Estudios e Investigaciones acerca de la actividad turística, por lo que se requiere conocer el comportamiento de los mercados competitivos tanto nacional como internacional, así como el perfil del visitante, grado de satisfacción, en sus diferentes segmentos del turismo individual y el turismo de Reuniones.

OBJETIVO GENERAL.

Realizar estudios e investigaciones que apoyen la toma de decisiones estratégicas en todo lo referente al comportamiento pasado, presente o futuro de la actividad turística en el Municipio de Acapulco de Juárez, Guerrero.

DESCRIPCIÓN GENERAL.

Se pretende realizar un estudio que permita actualizar el conocimiento sobre el grado de satisfacción de los visitantes, a través de encuestas de opinión que permitan orientar las estrategias de promoción de Acapulco como destino turístico.

### Acciones:

- Estudio de mercado nacional e internacional.- Actualizar el último estudio con la finalidad de conocer el comportamiento y características de la demanda hacia el Destino.
- Mediciones por temporada y grado de satisfacción.- Conocer los perfiles del Turista a través de la aplicación de encuestas en temporadas vacacionales.

### META ESPERADA.

Se propone realizar un Estudio e investigación.

### JUSTIFICACIÓN.

Se debe contar con información actualizada, confiable y representativa, que reúna los requisitos metodológicos estadísticos, para sustentar y evaluar las acciones y programas estratégicos para la promoción del destino.

### INVERSIÓN.

Para poder llevar a cabo el Programa de Planeación (Estudios e Investigaciones), se requiere contar como mínimo de una inversión de **\$1,000,000.00 (Un millón de pesos 00/100 M.N.)**



## **9.- GASTOS DE OPERACIÓN.**

PROBLEMÁTICA, NECESIDAD U OPORTUNIDAD.

El Fideicomiso para la Promoción Turística de Acapulco, requiere contar con una plantilla de personal, que se encarga de realizar el Programa Operativo Anual del Fideicomiso. Así como contar con oficinas y servicios básicos para el funcionamiento del mismo.

OBJETIVO GENERAL

Cubrir los servicios básicos y de personal para el funcionamiento del Fideicomiso, tales como: arrendamiento, energía eléctrica, servicio telefónico, sueldos, entre otros.

DESCRIPCIÓN GENERAL.

El Fideicomiso contará con el personal y los servicios básicos necesarios para llevar a cabo sus actividades.

META ESPERADA.

Contar con diez personas dentro de la plantilla de personal.

JUSTIFICACIÓN.

Desarrollar de manera eficiente los programas previamente autorizados en el Programa Operativo Anual (POA) por el Comité Técnico y dar cumplimiento a las metas establecidas en cada una de las áreas.

INVERSIÓN.

Para poder cubrir los Gastos de Operación, se requiere contar como mínimo de una inversión de **\$5,000,000.00 (Cinco millones pesos 00/100 M.N.)**

## **10.- SERVICIOS PROFESIONALES.**

PROBLEMATICA, NECESIDAD U OPORTUNIDAD.

El Fideicomiso requiere de los servicios fiscales, legales, financieros y de mantenimiento para la realización y aplicación correcta de sus recursos.

OBJETIVO GENERAL

Cubrir los servicios profesionales en materia fiscal, legal, financieros y de mantenimiento utilizando los recursos financieros de acuerdo a lo dispuesto en las leyes Federales, Estatales y Locales.

DESCRIPCIÓN GENERAL.

El Fideicomiso contará con los servicios fiscales, legales, financieros y de mantenimiento que soporten las actividades realizadas dichos rubros.

META ESPERADA.

Emitir 2 Informes Financieros y 1 cuenta pública a la Auditoria General del Estado.

JUSTIFICACIÓN.

Desarrollar de manera eficiente los programas previamente autorizados en el Programa Operativo Anual (POA) por el Comité Técnico y dar cumplimiento a las metas establecidas en cada una de las áreas.

INVERSIÓN.

Para poder cubrir los Servicios Profesionales, se requiere contar como mínimo de una inversión de **\$600,000.00 (Seiscientos mil pesos 00/100 M.N).**

## **11.- OTROS SERVICIOS GENERALES.**

PROBLEMÁTICA, NECESIDAD U OPORTUNIDAD.

El Fideicomiso para la Promoción Turística de Acapulco, cuenta con una plantilla de personal de diez personas a las cuales se les cubre un sueldo por lo que requiere al Fideicomiso cubrir las obligaciones ante el Servicio de Administración Tributaria, el IMSS, SEFINA e INFONAVIT.

OBJETIVO GENERAL

Cumplir con las obligaciones fiscales en tiempo y forma.

DESCRIPCIÓN GENERAL.

El Fideicomiso hará los pagos de las obligaciones fiscales de acuerdo a los lineamientos que marquen los organismos de recaudación.

META ESPERADA.

Cubrir 12 pagos de impuestos sobre nóminas y otros que se deriven de la relación laboral.

JUSTIFICACIÓN.

Cumplir con las obligaciones fiscales en tiempo y forma a fin de evitar sanciones de la autoridad por el incumplimiento de dichas obligaciones.

INVERSIÓN.

Para poder cubrir Otros Servicios Generales, se requiere contar como mínimo de una inversión de **\$1,600,000.00 (Un millón seiscientos mil pesos 00/100 M.N).**

## **PRESUPUESTO ESTIMADO DE EGRESOS 2016**

<b>PROGRAMA DE PUBLICIDAD NACIONAL</b>	<b>12,000,000.00</b>
<b>PROGRAMA DE PUBLICIDAD INTERNACIONAL</b>	<b>7,500,000.00</b>
<b>PROGRAMA DE RELACIONES PUBLICAS</b>	<b>3,500,000.00</b>
<b>PROGRAMA DE APOYO A LA CONECTIVIDAD</b>	<b>3,500,000.00</b>
<b>PROGRAMA DE FERIAS Y EVENTOS</b>	<b>1,500,000.00</b>
<b>PROGRAMA DE PROMOCIÓN NACIONAL</b>	<b>1,500,000.00</b>
<b>PROGRAMA DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL</b>	<b>2,500,000.00</b>
<b>PROGRAMA DE PLANEACIÓN (ESTUDIOS E INVESTIGACIONES)</b>	<b>1,000,000.00</b>
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>5,000,000.00</b>
<b>SERVICIOS PROFESIONALES</b>	<b>600,000.00</b>
<b>OTROS SERVICIOS GENERALES</b>	<b>1,600,000.00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>40,200,000.00</b>

## **PRESUPUESTO ESTIMADO DE INGRESOS 2016**

### **Ministración de Recursos 2016**

ENERO	4,443,344.29
FEBRERO	4,497,491.54
MARZO	3,145,910.71
ABRIL	3,794,832.48
MAYO	4,271,908.10
JUNIO	2,570,426.93
JULIO	2,170,454.22
AGOSTO	3,661,150.52
SEPTIEMBRE	3,457,476.88
OCTUBRE	2,296,842.96
NOVIEMBRE	2,850,780.00
DICIEMBRE	3,126,740.00
<b>TOTAL</b>	<b>40,287,358.63</b>

## MIEMBROS DEL COMITÉ TÉCNICO

<b>NOMBRE</b>	<b>CARGO</b>
Presidente Honorario: El Gobernador Constitucional del Estado de Guerrero. <b>Lic. Héctor Astudillo Flores</b>  <b>Suplente: El Secretario de Turismo del Estado de Guerrero</b>	Presidente Honorario  con voz y voto
Presidente del Comité: La persona que designe el Gobernador Constitucional del Estado de Guerrero.  <b>Pedro Haces Sordo</b>	Presidente  con voz y voto
Director Operativo: La persona que designe el Gobernador Constitucional del Estado de Guerrero.  <b>M.C. Abraham Garay Velázquez</b>	Director Operativo  con voz
El Secretario de Turismo del Gobierno del Estado de Guerrero. <b>C. Ernesto Rodríguez Escalona</b> <b>Suplente: El que designe</b>	Primer Vocal  con voz y voto
El Secretario de Finanzas y Administración del Gobierno del Estado de Guerrero.  <b>Héctor Apreza Patrón</b> <b>Suplente: El que designe</b>	Segundo Vocal  con voz y voto
El Presidente Municipal de Acapulco.  <b>Evodio Velázquez Aguirre</b> <b>Suplente: Secretario de Turismo Municipal</b> <b>Lic. Alejandro González Molina</b>	Tercer Vocal  con voz y voto
Representante de los propietarios de Hoteles de Acapulco.  <b>Antonio Santiago Sevilla Pereda.</b> <b>Suplente: Javier Sevilla Lanzagorta</b>	Cuarto Vocal  con voz y voto
Presidente de la Asociación de Hoteles y Empresas Turísticas de Acapulco, A.C.  <b>Lic. Jorge Laurel González</b> <b>Suplente: Vicepresidente</b>	Quinto Vocal  con voz y voto

## MIEMBROS DEL COMITÉ TÉCNICO

<b>NOMBRE</b>	<b>CARGO</b>
Presidente de la Asociación de Promotores de Clubes Vacacionales de Acapulco, A.C. <b>José Luis Centeno Vélez</b> <b>Suplente:</b> Vicepresidente	Sexto Vocal  con voz y voto
Presidente de la Asociación de Restaurantes, Bares y Discotecas de Acapulco, A.C. <b>Oscar Bustos García</b> <b>Suplente:</b> Vicepresidente	Séptimo Vocal  con voz y voto
Presidente de la Comisión de Turismo del Congreso del Estado o el miembro de la Comisión que éste designe. <b>Ernesto Fidel González Pérez</b> <b>Suplente:</b> El que designe	Octavo Vocal  con voz
Presidente de la Confederación Patronal de la Republica Mexicana de Acapulco. <b>Fidel Serrato Valdez</b> <b>Suplente:</b> Vicepresidente	Noveno Vocal  con voz
Presidente de la Cámara Nacional de Comercios, Servicios y Turismo de Acapulco. <b>Raúl Alejandro Iracheta Montoya</b> <b>Suplente:</b> Vicepresidente	Décimo Vocal  con voz
Presidente de la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados. <b>José Pablo Álvarez Huitrón</b> <b>Suplente:</b> Vicepresidente	Undécimo Vocal  con voz
Representante de los Desarrolladores Inmobiliarios de la zona Acapulco Diamante <b>Guillermo Díaz de Sandi Farías</b>	Duodécimo  con voz
Presidente del Comité de Gerentes de Líneas Aéreas. <b>Jorge Bernal Cilia</b>	Décimo tercer Vocal  con voz
Administrador del Aeropuerto Internacional de Acapulco "Juan N. Álvarez" <b>Gustavo Mejía Romero</b>	Décimo cuarto Vocal  con voz
Presidente de la Asociación de Agencias de Viajes del Estado de Guerrero. <b>Juan Pedro Falcón Moreno</b>	Décimo sexto Vocal  con voz
Director General de la Administración Portuaria Integral. <b>Alex Casarrubias García</b>	Décimo séptimo Vocal  con voz



PROGRAMA OPERATIVO ANUAL 2016