



# **PROGRAMA OPERATIVO ANUAL (POA) 2015**

## **ACUERDO DE CONSTITUCION**

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.

## **MISION**

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**

Integrar 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 contribuir mediante acertados programas de publicidad, promoción y relaciones públicas, a que Acapulco sea un destino turístico de Primer Nivel.

# **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.- Campaña de Publicidad Nacional e Internacional
- 2.- Programa de Relaciones Públicas
- 3.- Campaña de Promoción Nacional e Internacional
- 4.- Material Promocional
- 5.- Gastos de Operación
- 6.- Servicios Profesionales
- 7.- 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.- CAMPAÑA DE PUBLICIDAD NACIONAL E INTERNACIONAL.**

### PROBLEMA, 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. Como consecuencia de la reducción del turismo internacional, la competencia por el mercado de turismo nacional ha venido incrementando.

Por lo anterior se requiere incrementar la presencia de Acapulco en sus mercados internacionales tradicionales como lo son Estados Unidos y Canadá, así como enfocar estrategias a los mercados emergentes como Latinoamérica. De igual forma en el mercado Nacional enfocar los esfuerzos en los mercados primarios.

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

### OBJETIVO GENERAL.

Mantener el posicionamiento de Acapulco en el mercado nacional e internacional impactando al público consumidor en su decisión de viaje, a través de campañas de publicidad.

## DESCRIPCION 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.

Las acciones de publicidad Internacional también estarán enfocadas a los mercados que tienen conectividad con el destino.

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

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

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

Se realizarán acciones diversas en el mercado de Sudamerica, Europa y Asia con la finalidad de ir motivando dichos mercados y poder en un futuro atraer Turistas de estos mercados a nuestro destino.

Las Campañas, están dirigida a incentivar al consumidor en la compra del producto Acapulco, mediante la oferta de paquetes con un precio de venta con promociones agresivas, los recursos se multiplicarán mediante programas cooperativos con el CPTM y socios comerciales (tour operadores, comercializadoras en Internet, transportadoras terrestres, líneas aéreas, etc.).

#### METAS ESPERADAS.

Se pretende realizar como mínimo 10,000 publicaciones tanto en medios impresos como digitales.

#### JUSTIFICACION.

Se considera una campaña general de imagen institucional de Acapulco, así como una campaña de publicidad que se enfoca a impactar al público consumidor con ofertas atractivas y valores agregados que sin abaratar el destino, motiven la compra de los servicios turísticos con estrategias en la cual participe el sector turístico de Acapulco con promociones de temporada.

Através de los programas cooperativos de publicidad con el CPTM y socios comerciales la inversión del destino se triplicará. Estos programas incluyen la participación de tour operadores, comercializadoras en Internet, transportadoras terrestres, entre otros con promociones y ofertas dirigidas a los diferentes segmentos, en el mercado Nacional e Internacional.

#### INVERSIÓN.

Para poder llevar a cabo la Campaña de Publicidad Nacional e internacional, se requiere contar como mínimo de una inversión de **\$18,881,234.00 (Diez y ocho millones ochocientos ochenta y un mil doscientos treinta y cuatro pesos 00/100 M.N.)** por parte de Acapulco.



## **2.- PROGRAMA DE RELACIONES PUBLICAS**

### **PROBLEMA, NECESIDAD U OPORTUNIDAD.**

Acapulco ha sido afectado por la imagen de inseguridad en el país, por lo que se requiere tener las herramientas necesarias en tiempo y forma que permitan al destino hacer frente a estas situaciones con un manejo adecuado, para generar una imagen positiva frente a sus clientes potenciales. Asimismo las Relaciones Públicas presentan la 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: ACAPULCO.

### **DESCRIPCION GENERAL.**

Realizar y promover 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, especialmente en el mercado de Norteamérica.

### **META ESPERADA.**

Generar 1000 publrreportajes.

## JUSTIFICACION.

Conservar una buena imagen de Acapulco frente al público consumidor y los profesionales de la industria, mostrándoles sus bellezas, 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.

## INVERSION.

Para poder llevar a cabo el Programa de Relaciones Públicas, se requiere contar como mínimo de una inversión de **\$4,016,634.17. (Cuatro millones diez y seis mil seiscientos treinta y cuatro pesos 17/100 M.N.)**

### **3.- CAMPAÑA DE PROMOCION NACIONAL E INTERNACIONAL.**

#### PROBLEMA, NECESIDAD U OPORTUNIDAD.

Se requiere mantener la presencia de Acapulco en sus mercados de origen nacional e internacional, proporcionando a los mayoristas, turoperadores, agentes de viajes y líneas aéreas, la información actualizada de los nuevos atractivos y servicios turísticos.

#### OBJETIVO GENERAL.

Mantener la presencia del destino con la capacitación y actualización a los profesionales de la industria y agentes de viajes acerca de los nuevos atractivos y servicios turísticos, en los mercados emisores de turismo nacional e internacional.

#### DESCRIPCION GENERAL.

En coordinación con los prestadores de servicios turísticos y la Secretaría de Fomento Turístico del Estado de Guerrero, realizar programas de Seminarios, Ferias y Exposiciones de la industria turística.

El programa de Promoción Nacional e Internacional se enfocarán principalmente a los mercados primarios de acuerdo a un calendario de viajes el cual se propondrá a los prestadores de servicios turísticos de Acapulco.

## META ESPERADA.

Se pretende realizar 5 viajes de Promoción Nacional y 4 viajes de Promoción Internacional.

## JUSTIFICACION.

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 e Internacional, se requiere contar como mínimo de una inversión de **\$5,674,363.25 (Cinco millones seiscientos setenta y cuatro mil trescientos sesenta y tres pesos 25/100 M.N.)**

#### **4.- MATERIAL PROMOCIONAL**

PROBLEMA, NECESIDAD U OPORTUNIDAD.

Se requiere proporcionar a las agencias de viajes y medios especializados información actualizada de la oferta turística con la que cuenta Acapulco. Así como contar con un video promocional del Destino profesional que muestre las bondades del Destino.

OBJETIVO GENERAL.

Contar con material impreso y electrónico que proporcione información actualizada y promociones con las que cuente el Destino, con la finalidad de distribuirse en las caravanas de promoción, seminarios, ferias y eventos del mismo.

Mostrar a través del video promocional de Acapulco las bellezas naturales, atractivos y actividades que se pueden realizar en el Destino.

## DESCRIPCION GENERAL.

Se elaborarán folletos con información general del destino, bolsas promocionales así como un video promocional con las principales atracciones.

## METAS ESPERADAS.

Se pretende elaborar 5,000 piezas de material promocional y 1 video promocional.

## JUSTIFICACION.

Actualizar a los profesionales del turismo con información de Acapulco, proporcionándoles las herramientas necesarias para que puedan ofrecer el destino a sus clientes como una mejor opción.

## INVERSIÓN.

Para poder llevar a cabo este programa se requiere contar como mínimo de una inversión de **\$1,021,064.00 (Un millón veintiun mil sesenta y cuatro pesos 00/100 M.N.).**

## **5.- GASTOS DE OPERACION.**

PROBLEMA, 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.

DESCRIPCION 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.

JUSTIFICACION.

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 **\$4,472,545.63 (cuatro millones cuatrocientos setenta y dos mil quinientos cuarenta y cinco pesos 63/100 M.N.)**



## **6.- SERVICIOS PROFESIONALES.**

### PROBLEMA, 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 y legal con la finalidad de que los recursos financieros sean utilizados de acuerdo a lo dispuesto en las leyes federales, estatales y locales.

### DESCRIPCION GENERAL.

El Fideicomiso contará con los servicios fiscales y legales que soporten las actividades del fideicomiso en esas materias.

### METAS ESPERADAS.

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

## JUSTIFICACION.

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 **\$1,129,251.75 (Un millón ciento veintinueve mil doscientos cincuenta y un pesos 75/100 M.N).**

## **7.- OTROS SERVICIOS GENERALES.**

PROBLEMA, NECESIDAD U OPORTUNIDAD.

El Fideicomiso para la Promoción Turística de Acapulco, cuenta con una plantilla de personal de nueve 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.

DESCRIPCION GENERAL.

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

**METAS ESPERADAS.**

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

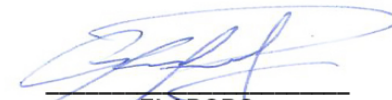
**JUSTIFICACION.**

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 **\$183,837.98 (Ciento ochenta y tres mil ochocientos treinta y siete pesos 98/100 M.N).**

  
AUTORIZA  
Pedro Haces Sordo  
Presidente del Comité Técnico

  
ELABORO  
L.C. Silvia Sandoval Peláez  
Director de Admón y Finanzas