

Detalle de la Matriz							
<b>Ramo:</b>	5						
<b>Unidad Responsable:</b>	P 18 FIDEICOMISO PARA LA ADMINISTRACION DEL IMPUESTO SOBRE LA PRESTACION DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE DE IXTAPA ZIHUATANEJO						
<b>Clave y Modalidad del Pp:</b>	F01 PROMOCION Y FOMENTO						
<b>Denominación del Pp:</b>	Promoción Nacional e Internacional del Destino Ixtapa Zihuatanejo						
Clasificación Funcional:							
<b>Finalidad:</b>	3.- DESARROLLO ECONOMICO						
<b>Función:</b>	3.7 TURISMO						
<b>Subfunción:</b>	3.7.1 Turismo						
<b>Actividad Institucional:</b>	Realizar campañas de promoción y publicidad Nacional e Internacional del Destino Ixtapa Zihuatanejo						
Resumen narrativo		Fin Orden			Supuestos		
Contribuir al incremento de la Afluencia Turística de Ixtapa Zihuatanejo como destino.		1			Existen acuerdos entre los organismos involucrados para realizar las acciones programadas.		
Indicador	Método de Cálculo	Unidad de Medida	Frecuencia de Medición	Tipo de Indicador	Línea Base	Meta 2016	Medios de Verificación
Tasa de crecimiento anual en la captación de turistas	((Número de turistas captados en el año 2015/Total de turistas que visitan al destino)-1)*100	Turistas	Anual	Eficiencia	4,600	500	Estadísticas de Turismo
Resumen narrativo		Propósito Orden			Supuestos		
Promoción y Difusión turística de Ixtapa Zihuatanejo		1			Se realiza el Plan Operativo Anual de acuerdo a los programas y presupuestos		
Indicador	Método de Cálculo	Unidad de Medida	Frecuencia de Medición	Tipo de Indicador	Línea Base	Meta 2016	Medios de Verificación
Numero de Programas de Promoción realizados.	(Acciones realizadas/ Total de Acciones Programadas)*100	Acciones	Anual	Eficiencia	2,500	200	Informe de Auditorias
Resumen narrativo		Componente Orden			Supuestos		
Campaña de Publicidad Nacional		1			Se confirma el programa cooperativo con el Consejo de Promoción Turística de México.		
Indicador	Método de Cálculo	Unidad de Medida	Frecuencia de Medición	Tipo de Indicador	Línea Base	Meta 2016	Medios de Verificación
Tasa de crecimiento de las campañas de publicidad nacional	((Campañas de publicidad en 2015/campañas de publicidad en el año)-1)* 100	Publicaciones	Anual	Eficiencia	1,000	150	Informe de Auditorias
Resumen narrativo		Orden			Supuestos		
Campaña de Publicidad Internacional		2			Se confirma el programa cooperativo con el Consejo de Promoción Turística de México.		
Indicador	Método de Cálculo	Unidad de Medida	Frecuencia de Medición	Tipo de Indicador	Línea Base	Meta 2016	Medios de Verificación
Tasa de crecimiento de las campañas de publicidad internacional	((Campañas de publicidad en 2015/campañas de publicidad en el año)-1)* 100	Publicaciones	Anual	Eficiencia	1,500	100	Informe de Auditorias
Resumen narrativo		Orden			Supuestos		

Programa de Relaciones Públicas		3			Existe el interés por parte de los medios involucrados en difundir los artículos y reportajes.		
Indicador	Método de Cálculo	Unidad de Medida	Frecuencia de Medición	Tipo de Indicador	Línea Base	Meta 2016	Medios de Verificación
Porcentaje de artículos y reportajes publicados.	(artículos y reportajes publicados/ Total de Programados)*100	Publicaciones	Anual	Eficiencia	800	200	Informe de Auditorias
<b>Resumen narrativo</b>		<b>Orden</b>			<b>Supuestos</b>		
Programa de Apoyo a la Conectividad		4			Existe interés de participación por parte de las líneas aéreas.		
Indicador	Método de Cálculo	Unidad de Medida	Frecuencia de Medición	Tipo de Indicador	Línea Base	Meta 2016	Medios de Verificación
Porcentaje de apoyos a líneas aéreas y vuelos charters.	(Programas realizados/programados)*100	Programas	Anual	Eficiencia	19	2	Informe de Auditorias
Programa de Ferias y Eventos		5			Los eventos son de gran impacto promocional y generan una importante derrama económica en el municipio.		
Indicador	Método de Cálculo	Unidad de Medida	Frecuencia de Medición	Tipo de Indicador	Línea Base	Meta 2016	Medios de Verificación
Tasa de crecimiento de los eventos apoyados	((eventos apoyados en 2015/eventos apoyados en el año)-1)* 100	Eventos	Anual	Eficiencia	5	2	Informe de Auditorias
Programa de Promoción Nacional e Internacional		6			Existe una respuesta positiva de los sectores involucrados.		
Indicador	Método de Cálculo	Unidad de Medida	Frecuencia de Medición	Tipo de Indicador	Línea Base	Meta 2016	Medios de Verificación
Tasa de crecimiento de los viajes de Promoción	((viajes de promoción en 2015/viajes de promoción en el año)-1)* 100	Viajes	Anual	Eficiencia	40	10	Informe de Auditorias
Gasto de Operación y Servicios		7			Se cuenta servicios externos financieros, contables, fiscales y legales.		
Indicador	Método de Cálculo	Unidad de Medida	Frecuencia de Medición	Tipo de Indicador	Línea Base	Meta 2016	Medios de Verificación
Porcentaje de servicios básicos realizados	(Servicios realizados/Servicios programados)*100	Programas	ANUAL	Eficiencia	36	12	Informe de Auditorias

Resumen narrativo		Actividad			Supuestos		
Resumen narrativo		Orden			Supuestos		
Campaña de imagen de institucional Nal. de Destino, venta dura y cooperativos		1.1			Se confirma el programa con el Consejo de Promoción Turística de México.		
Indicador	Método de Cálculo	Unidad de Medida	Frecuencia de Medición	Tipo de Indicador	Línea Base	Meta 2016	Medios de Verificación
Porcentaje de publicaciones realizadas en medios.	(Número de Publicaciones realizadas / publicaciones programadas)* 100	Publicaciones	Anual	Eficiencia	1000	100	Informe de Auditorías
Resumen narrativo		Orden			Supuestos		
Material Promocional		1.2			Los proveedores entregan la edición en tiempo y forma.		
Indicador	Método de Cálculo	Unidad de Medida	Frecuencia de Medición	Tipo de Indicador	Línea Base	Meta 2016	Medios de Verificación
Porcentaje de materiales impresos y digitalizados.	(Número de materiales editados/ Total de materiales programados)*100	Piezas	Anual	Eficiencia	35000	25000	Informe de Auditorías
Resumen narrativo		Orden			Supuestos		
Campaña de imagen institucional Internacional de Destino, venta dura y cooperativos		2.1			Se confirma el programa con el Consejo de Promoción Turística de México.		
Indicador	Método de Calculo	Unidad de Medida	Frecuencia de Medición	Tipo de Indicador	Línea Base	Meta 2016	Medios de Verificación
Porcentaje de publicaciones realizadas en medios.	(Número de Publicaciones realizadas / publicaciones programadas)* 100	Publicaciones	Anual	Eficiencia	1500	100	Informe de Auditorías
Resumen narrativo		Orden			Supuestos		
Campaña en Estados Unidos, Canadá y Mexico		3.1			Hay interés por parte de los medios involucrados en difundir los artículos y reportajes.		
Indicador	Método de Calculo	Unidad de Medida	Frecuencia de Medición	Tipo de Indicador	Línea Base	Meta 2016	Medios de Verificación
Porcentaje de artículos y reportajes publicados.	(artículos y reportajes publicados/ Total de Programados)*100	Publicaciones	Anual	Eficiencia	850	50	Informe de Auditorías
Resumen narrativo		Orden			Supuestos		
Campañas locales en Ixtapa Zihuatanejo		3.2			Hay interés por parte de los medios involucrados en visitar el destino.		
Indicador	Método de Calculo	Unidad de Medida	Frecuencia de Medición	Tipo de Indicador	Línea Base	Meta 2016	Medios de Verificación
Porcentaje de Fam Trips atendidos	(fam trips atendidos/ Total de Programados)*100	Fam trips	Anual	Eficiencia	24	12	Informe de Auditorías
Resumen narrativo		Orden			Supuestos		

Apoyo a Líneas Aéreas y Cruceros		4.1			Existe interés de participación por los sectores involucrados.		
Indicador	Método de Calculo	Unidad de Medida	Frecuencia de Medición	Tipo de Indicador	Línea Base	Meta 2016	Medios de Verificación
Porcentaje de apoyos a líneas aéreas y cruceros	(Apoyos realizados/ Total de Apoyos Programados)*100	Programas	Anual	Eficiencia	19	2	Informe de Auditorias
<b>Resumen narrativo</b>		<b>Orden</b>			<b>Supuestos</b>		
Apoyo a Congresos, eventos y filmaciones		5.1			Los eventos son de gran impacto promocional y generan una importante derrama económica en el municipio		
Indicador	Método de Calculo	Unidad de Medida	Frecuencia de Medición	Tipo de Indicador	Línea Base	Meta 2016	Medios de Verificación
Porcentaje de participación en eventos promocionales.	(Participaciones en Eventos Promocionales/ Total de eventos Programados)*100	Eventos	Anual	Eficiencia	12	2	Informe de Auditorias
<b>Resumen narrativo</b>		<b>Orden</b>			<b>Supuestos</b>		
Participación en Ferias, Trade Shows y Seminarios		6.1			Existe disponibilidad de los involucrados para asistir a los eventos		
Indicador	Método de Calculo	Unidad de Medida	Frecuencia de Medición	Tipo de Indicador	Línea Base	Meta 2016	Medios de Verificación
Porcentaje de Participación en Ferias Turísticas y trade Shows	(Participación en eventos/ Total de eventos Programados)*100	Viajes	Anual	Eficiencia	25	3	Informe de Auditorias
<b>Resumen narrativo</b>		<b>Orden</b>			<b>Supuestos</b>		
Servicios Financieros		7.1			Se cuenta con servicios externos financieros, contables, fiscales y legales.		
Indicador	Método de Calculo	Unidad de Medida	Frecuencia de Medición	Tipo de Indicador	Línea Base	Meta 2016	Medios de Verificación
Porcentaje de Servicios Financieros	(Servicios financieros/ Total de Servicios programados)*100	Programas	Anual	Eficiencia	12	12	Informe de Auditorias
<b>Resumen narrativo</b>		<b>Orden</b>			<b>Supuestos</b>		
Servicios Profesionales		7.2			Se cuenta con servicios externos financieros, contables, fiscales y legales.		
Indicador	Método de Calculo	Unidad de Medida	Frecuencia de Medición	Tipo de Indicador	Línea Base	Meta 2017	Medios de Verificación
Porcentaje de servicios profesionales realizados	(Servicios realizados/Servicios programados)*100	Programas	Anual	Eficiencia	12	12	Informe de Auditorias
<b>Resumen narrativo</b>		<b>Orden</b>			<b>Supuestos</b>		

Obligaciones Fiscales		7.3			Se cuenta con servicios externos financieros, contables, fiscales y legales.		
Indicador	Método de Cálculo	Unidad de Medida	Frecuencia de Medición	Tipo de Indicador	Línea Base	Meta 2016	Medios de Verificación
Porcentaje de Obligaciones Fiscales	(Obligaciones fiscales realizadas/ Total obligaciones programadas)*100	Programas	Anual	Eficiencia	12	12	Informe de Auditorías

AUTORIZA:

SRA. ZANDRA ALMADA Y ALATORRE  
PRESIDENTE COMITÉ TÉCNICO

ELABORA:

L.C. HILDA RIOS SOTELO  
GERENTE ADMINISTRATIVO