

PRESUPUESTO DE EGRESOS 2018
FICHA TÉCNICA DE INDICADORES (FTI)

Clasificación Programática: F-PROMOCIÓN Y FOMENTO
 Denominación del Pp: 13-PROMOCIÓN TURÍSTICA
 Eje de la Política Pública (PED): 1 - COLIMA COMPETITIVO
 41905 - FIDEICOMISO PARA LA PROMOCIÓN
 TURÍSTICA DEL ESTADO DE COLIMA
 Unidad Presupuestal:

	Objetivo	Nombre	Definición del indicador	Método de Cálculo	Tipo-Dimensión-Frecuencia	Unidad de Medida	Línea Base	Metas	Sentido del Indicador	Parámetros de Semafización
Fin	CONTRIBUIR A LA PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA DE ESTADO DE COLIMA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL	TASA DE VARIACIÓN EN LA RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO AL HOSPEDAJE	INCREMENTO EN LA RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO AL HOSPEDAJE	$((\text{RECAUDACION DEÑ A ' 2017} / \text{RECAUDACION JUNIO 2016})-1) * 100$	Economía-Estratégico-Anual	TASA	2016 QUE LOS RESULTADOS DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA SEA MEJOR EN RALACIÓN A 2016 EN UN 10% (AÑO 2017)	INCREMENTAR LA RECAUDACION 2017 UN 10% MAS QUE LA RECAUDACION 2016	ASCENDENTE	
Propósito	LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO SE BENEFICIAN CON LA PROMOCIÓN TURÍSTICA INCREMENTANDO SU PORCENTAJE DE OCUPACION	TASA DE VARIACIÓN DE EMPRESAS BENEFICIADAS	ES PRIORIDAD DEL FIDEICOMISO PARA LA PROMOCION TURISTICA DEL ESTADO QUE CADA AÑO SEAN MÁS LOS HOTELES BENEFICIADOS CON EL TRABAJO DEL FIDEICOMISO	$((\text{NÚMERO DE HOTELES BENEFICIADOS EN EL AÑO T} / \text{NUMERO DE HOTELES BENEFICIADOS EN EL AÑO T-1}) * 100$	Economía-Estratégico-Anual	TASA	2016 QUE EL NÚMERO DE HOTELES BENEFICIADOS 2017 SEA MAYOR A LOS HOTELES F DE 2016 (AÑO 2017)	INCREMENTAR EL 5 % EL NUMERO DE HOTELES BENEFICIADOS CON LA PROMOCION TURISTICA	ASCENDENTE	
Componentes	A.- Campañas de promoción tanto nacional como internacional realizadas que nos ayudan a incrementar el número de turistas que visitan nuestro estado	TASA DE VARIACIÓN DE AFLUENCIA TURÍSTICA	SE REFIERE AL INCREMENTO DE TURISTAS QUE VISITAN NUESTRO ESTADO	$((\text{NUMERO DE TURISTAS EN EL AÑO T} / \text{NUMERO DE TURISTAS EN EL AÑO T-1}) - 1) * 100$	Economía-Estratégico-Semestral	TASA	2016 QUE EL NÚMERO DE TURÍSTAS EN 2017 SEA MAYOR A LOS TURISTAS QUE NOS VISITARON EN 2016 (AÑO 2017)	INCREMENTO DEL 5 POR CIENTO EN EL NÚMERO DE TURISTAS QUE LLEGAN A NUESTRO ESTADO	ASCENDENTE	
Actividades	A S01.- Administrar los recursos del Fideicomiso (recaudación del 3% del impuesto al Hospedaje) para las campañas de promoción turística nacional e internacional sean más rentables, eh innovadoras	PORCENTAJE DE RECURSOS DEL FIDEICOMISO DESTINADOS A PROMOCIÓN	QUE LOS RECURSOS DEL FIDEICOMISO SEAN EN UN 70% PARA LA PROMOCION DEL DESTINO Y NOS MANTENGAMOS CON LOS GASTOS DE OPERACION EN UN 30%	$(\text{TOTAL DE INGRESOS DEL FIDEICOMISO DESTINADOS A PROMOCIÓN} / \text{TOTAL DE INGRESOS DEL FIDEICOMISO}) * 100$	Economía-Estratégico-Mensual	PORCENTAJE		MANTENER EN UN 70% EL GASTO DE PROMOCION DEL FIDEICOMISO Y CONSERVAR EN UN 30% EL GASTO OPERATIVO	CONSTANTE	