



PROGRAMA OPERATIVO DE TURISMO

NIVEL	DEPENDENCIA	AÑO	OBJETIVO	NOMBRE INDICADOR	DEFINICIÓN	MÉTODO CÁLCULO	DEFINICIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	AÑO LINEA BASE	SENTIDO INDICADOR	TIPO RELATIVO	META ABSOLUTA PLANEADA 2017	META ABSOLUTA ALCANZADA 2017 (MES)	META RELATIVA PLANEADA 2017	META RELATIVA ALCANZADA 2017
FIN	TURISMO	2017	CONSOLIDAR A MINERAL DEL CHICO, COMO UN DESTINO TURÍSTICO COMPETITIVO MEDIANTE LA DIFUSIÓN, PROMOCIÓN, CAPACITACIÓN, CERTIFICACIÓN, PROMOVER EL DESARROLLO DE INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA Y CONSERVACIÓN DEL NOMBRAMIENTO DE PUEBLOS MÁGICOS.	COMPETITIVIDAD DE MINERAL DEL CHICO RESPECTO A LOS PUEBLOS MÁGICOS.	POSICIÓN DEL MUNICIPIO RESPECTO A AFLUENCIA TURÍSTICA EN RELACIÓN A LOS DEMÁS PUEBLOS MÁGICOS EN EL ESTADO.	REGISTRO DEL NÚMERO DE AFLUENCIA DE VISITANTES EN EL MUNICIPIO.	ANUAL	POSICIÓN	4º Lugar	2016	ASCENDENTE	AFLUENCIA DE VISITANTES	3ER Ó 4TO LUGAR			
PROPOSITO	TURISMO	2017	PERMANENCIA EN EL PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS.	MANTENER EL NOMBRAMIENTO DE PUEBLO MÁGICO.	CUMPLIR CON LOS LINEAMIENTOS REQUERIDOS EN EL PROGRAMA DE PUEBLOS MÁGICOS PARA CONSERVAR EL NOMBRAMIENTO.	NO. LINEAMIENTOS CUMPLIDOS SATISFACTORIAMENTE	SEMESTRAL	PERMANENCIA	100%	2016	LINEAL	OTRO	SI			SI
COMPONENTE	TURISMO	2017	ACREDITACIÓN DE LA CARPETA DE PUEBLOS MÁGICOS.	LINEAMIENTOS DE PERMANENCIA EN EL PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS.	CUMPLIR CON LOS LINEAMIENTOS REQUERIDOS EN EL PROGRAMA DE PUEBLOS MÁGICOS PARA CONSERVAR EL NOMBRAMIENTO.	NO. LINEAMIENTOS CUMPLIDOS / NO. LINEAMIENTOS TOTALES DEL PROGRAMA * 100	TRIMESTRAL	PORCENTAJE	100%	2016	ASCENDENTE	A/B * 100	100%			100%
ACTIVIDAD	TURISMO	2017	MANTENER UN COMITÉ ACTIVO PARA SEGUIMIENTO DE ACUERDOS.	MINUTAS Y ACUERDOS REALIZADAS EN SESIONES DEL COMITÉ.	SE EVALUARA A TRAVÉS DE LAS MINUTAS FIRMADAS POR LOS INTEGRANTES DEL COMITÉ DE PUEBLOS MÁGICOS DEL MUNICIPIO DE MINERAL DEL CHICO.	MINUTAS FIRMADAS POR LOS INTEGRANTES DEL COMITÉ DE PUEBLOS MÁGICOS/TOTAL DE MINUTAS * 100	MENSUAL	PORCENTAJE	100%	2016	ASCENDENTE	A/B * 100	12	1	12	
ACTIVIDAD	TURISMO	2017	SEGUIMIENTO A LOS ACUERDOS DEL CONGRESO DEL ESTADO EN QUE SE ETIQUETE EL PRESUPUESTO ANUAL PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO.	INVERSIÓN FEDERAL PÚBLICA DIRECTA.	SON TODOS LOS RECURSOS ECONÓMICOS, PROVENIENTES DE LA FEDERACIÓN PARA APLICARSE AL SECTOR TURÍSTICO MUNICIPAL.	TOTAL DE INVERSIÓN RECIBIDA	ANUAL	CANTIDAD		2016	GESTIÓN	OTRO	#####			
ACTIVIDAD	TURISMO	2017	DESARROLLAR UNA CARPETA DE LINEAMIENTOS INTERNOS.	CUMPLIR PLANES, PROGRAMAS Y NORMATIVIDAD.	CONTAR CON EL PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL, PROGRAMA DE DESARROLLO TURÍSTICO MUNICIPAL, REGLAMENTO DE LA IMAGEN URBANA Y PROGRAMA DE REORDENAMIENTO DEL COMERCIO SEMI-FIJO Y/O AMBULANTE	NO. DE LINEAMIENTOS INTEGRADOS EN LA CARPETA	TRIMESTRAL	4	100%	2017	META	A/B * 100	100%			100%
ACTIVIDAD	TURISMO	2017	FORTALECIMIENTO E INNOVACIÓN DEL CATÁLOGO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS.	OFERTA DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.	SE EVALUARA LA OFERTA DE ACTIVIDADES COMERCIALES EN EL MUNICIPIO DE MINERAL DEL CHICO.	NO. DE REGISTROS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS/NO. TOTAL DE LOS ATRACTIVOS EXISTENTES * 100	ANUAL	PORCENTAJE	100%	2016	ASCENDENTE	A/B*100	100%			100%
PROPOSITO	TURISMO	2017	DISEÑAR UNA OFERTA COMERCIAL PARA LOS VISITANTES.	CATÁLOGO DE SERVICIOS TURÍSTICOS MUNICIPAL.	BASE DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO.	NO. DE REGISTROS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS/NO. TOTAL DE LOS ATRACTIVOS EXISTENTES * 100	TRIMESTRAL	PORCENTAJE	50%	2016	ASCENDENTE	A/B*100	70%			70%
COMPONENTE	TURISMO	2017	ESTUDIO DE MERCADO	DIAGNÓSTICO DEL SECTOR TURÍSTICOS.	ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO EVALUANDO Y ESTUDIANDO COMPONENTES COMO LA OFERTA, DEMANDA, RELACIÓN PRECIO-CALIDAD, PRODUCTO/SERVICIO Y LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN.	CENSO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS	CALIDAD				APROBACIÓN	OTRO				
ACTIVIDAD	TURISMO	2017	REGISTRO DE LOS BIENES Y SERVICIOS QUE SE PONEN A LA DISPOSICIÓN DEL PÚBLICO CONSUMIDOR.	CANTIDAD DE LA OFERTA.	CANTIDAD DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS CON LOS QUE CUENTA MINERAL DEL CHICO.	NO. DE REGISTROS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS/NO. TOTAL DE LOS ATRACTIVOS EXISTENTES * 100	TRIMESTRAL	PORCENTAJE	50%	2016	ASCENDENTE	A/B*100	70%			70%
ACTIVIDAD	TURISMO	2017	ELABORACIÓN Y APLICACIÓN DE ENCUESTAS, OBSERVACIÓN Y ENTREVISTA A TURISTAS.	CANTIDAD DE TURISTAS ENCUESTADOS.	RESPUESTA DEL CONSUMIDOR AL CONJUNTO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS OFRECIDOS DENTRO DEL MUNICIPIO.	NO. DE ENCUESTAS REALIZADAS	SEMANAL	NO. DE ENCUESTAS	600	2016	ASCENDENTE	OTRO	100			100
ACTIVIDAD	TURISMO	2017	INVESTIGACIÓN DE ESTANDARES DE CALIDAD APLICADAS A LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS.	RELACIÓN PRECIO-PRODUCTO/SERVICIO-CALIDAD.	ENCUESTAS REALIZADAS POR LOS ESTABLECIMIENTOS RELACIONADAS A LA CALIDAD, EL PRECIO Y EL SERVICIO.	NO. DE ENCUESTAS REALIZADAS POR LOS ESTABLECIMIENTOS	MENSUAL	NO. DE ENCUESTAS			ASCENDENTE	OTRO	100			100
ACTIVIDAD	TURISMO	2017	DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA.	CANALES DE DISTRIBUCIÓN.	LUGAR O MEDIOS DONDE SE VA A PROMOCIONAR NUESTRO DESTINO TURÍSTICO (REDES SOCIALES, PAGINA WEB, ETC.)	NO. DE MEDIOS ALCANZADOS	MENSUAL	NO. DE MEDIOS	16	2016	ASCENDENTE	OTRO	20			20
PROPOSITO	TURISMO	2017	CERTIFICACIÓN EN ESTANDARES DE CALIDAD A LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS (DISTINTIVOS)	PORCENTAJE DE EMPRESAS CAPACITADAS E IMPLEMENTACIÓN DE ESTANDARES DE CALIDAD.	REPORTE SEMESTRAL DE CERTIFICACIONES EMITIDO POR LA SECRETARÍA DE TURISMO MUNICIPAL	NO. DE EMPRESAS CERTIFICADAS/NO. DE ESTABLECIMIENTOS*100	SEMESTRAL	PORCENTAJE	5	2015	ASCENDENTE	A/B*100	6			6
COMPONENTE	TURISMO	2017	CAPACITAR Y CERTIFICAR A LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS.	PORCENTAJE DE LA CAPACITACIÓN A LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS.	REGISTRO DE ASISTENCIA A CURSOS, CERTIFICACIONES, CAPACITACIONES EMITIDOS POR LA SECRETARÍA DE TURISMO MUNICIPAL	NÚMERO DE ASISTENTES A LAS CAPACITACIONES.	TRIMESTRAL	NO. DE ASISTENTES	10	2015	ASCENDENTE	REGISTRO DE ASISTENTES	15			15
ACTIVIDAD	TURISMO	2017	CAPACITACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA.	NO. DE PERSONAS CAPACITADAS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA.	INFORME SEMESTRAL DEL NÚMERO DE ASISTENTES A DICHSOS CURSOS	NÚMERO DE ASISTENTES A LAS CAPACITACIONES.	SEMESTRAL	NO. DE ASISTENTES	220	2016	ASCENDENTE	OTRO	250			250
ACTIVIDAD	TURISMO	2017	GESTIÓN DE CURSOS ANTE SECTUR HGO.	NO. DE CURSOS GESTIONADOS.	TODOS LOS CURSOS QUE SE LOGRAN IMPLEMENTAR	NO. DE GESTIONES REALIZADAS	TRIMESTRAL	NO. CURSOS	10	2016	ASCENDENTE	ORTRO	12			12
PROPOSITO	TURISMO	2017	QUE LOS PRESTADORES TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO RECIBAN MAYOR AFLUENCIA DE VISITANTES.	PORCENTAJE DE VISITANTES Y TURISTAS QUE ARRIBAN A LOS DISTINTOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO.	REPORTE DE LA AFLUENCIA DE VISITANTES EMITIDA POR LA SECRETARÍA DE TURISMO MUNICIPAL	NO. DE VISITANTES	TRIMESTRAL	NO. TOTAL DE VISITANTES	170.613	2016	ASCENDENTE	OTRO	175,000			175,000
COMPONENTE	TURISMO	2017	EVENTOS CULTURALES REALIZADOS.	NÚMERO DE EVENTOS CULTURALES REALIZADOS EN EL MUNICIPIO.	REPORTE DE LA CANTIDAD DE ACTIVIDADES CULTURALES REALIZADAS EMITIDO POR LA SECRETARÍA DE TURISMO MUNICIPAL	NO. DE ACTIVIDADES	TRIMESTRAL	NO. TOTAL DE ACTIVIDADES	13	2017	ASCENDENTE	OTRO	15			15
ACTIVIDAD	TURISMO	2017	EVENTOS CULTURALES REALIZADOS.	NÚMERO DE EVENTOS CULTURALES COORDINADOS.	REPORTE DE EVENTOS COORDINADOS POR LA SECRETARÍA DE TURISMO MUNICIPAL	NUM DE EVENTOS PROGRAMADOS/NUM. DE EVENTOS REALIZADOS * 100	TRIMESTRAL	POCENTAJE	100%	2016	ASCENDENTE	A/B*100	15			90%
COMPONENTE	TURISMO	2017	CELEBRACIONES DE FERIAS MUNICIPALES.	NÚMERO DE FERIAS REALIZADAS.	REPORTE DE FERIAS REALIZADAS POR LA SECRETARÍA DE TURISMO MUNICIPAL	NUM DE FERIAS REALIZADAS/NUM. DE FERIAS PROGRAMADAS*100	TRIMESTRAL	PORCENTAJE	3	2016	ASCENDENTE	A/B*100	100%			100%
ACTIVIDAD	TURISMO	2017	PUBLICACIONES DE INFORMACIÓN TURÍSTICA EN REDES SOCIALES Y SITIOS WEB, E-MAIL, REALIZADAS.	PUBLICACIONES DE INFORMACIÓN TURÍSTICA REALIZADAS EN INTERNET (REDES SOCIALES, SITIOS WEB, E. MAIL).	LUGAR O MEDIOS DONDE SE VA A PROMOCIONAR NUESTRO DESTINO TURÍSTICO (REDES SOCIALES, PAGINA WEB, ETC.)	NÚMERO DE SOLICITUDES ATENDIDAS	MENSUAL	NO. TOTAL DE SOLICITUDES			ASCENDENTE	OTRO				
ACTIVIDAD	TURISMO	2017	PUBLICACIONES DE INFORMACIÓN TURÍSTICA EN REDES SOCIALES Y SITIOS WEB PARA DIFUSIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.	PORCENTAJE DE SEGUIDORES OBTENIDO EN LAS REDES SOCIALES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA.	LUGAR O MEDIOS DONDE SE VA A PROMOCIONAR NUESTRO DESTINO TURÍSTICO (REDES SOCIALES, PAGINA WEB, ETC.)	NÚMERO DE SEGUIDORES OBTENIDOS EN LAS REDES SOCIALES	MENSUAL	PORCENTAJE			ASCENDENTE	OTRO	500			90%
PROPOSITO	TURISMO	2017	FOMENTAR UNA INFRESTRUCTURA TURÍSTICA QUE PERMITA EL DESARROLLO CORRECTO DE LOS PRESTADORES Y LA BUENA CONECTIVIDAD Y TRANSITO DE LOS TURISTAS.	NÚMERO DE PROYECTOS PARA LA MEJORA DE LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO.	REGISTRO DE LOS PROYECTOS QUE CONTRIBUYAN A LA MEJORA Y AUMENTO DE LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA	PROYECTOS DE INFRAESTRUCTURA / INFRAESTRUCTURA EXISTENTE *100	TRIMESTRAL	PORCENTAJE	2016	2017	GESTIÓN	A/B*100				
COMPONENTE	TURISMO	2017	ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS DE MINERAL DEL CHICO PARA ATRAER MAYOR INVERSIÓN.	MOSTRAR MEDIANTE UN ANÁLISIS LA SITUACIÓN DEL MUNICIPIO PARA QUE LAS EMPRESAS PÚBLICAS O PRIVADAS INVIERTAN EN EL.	MOSTRAR EL MERCADO TURÍSTICO PARA ATRAER INVERSIÓN.	RESUMEN DE UN ANÁLISIS FODA	SEMESTRAL	TOTAL DE INVERSIÓN			GESTIÓN	OTRO				
ACTIVIDAD	TURISMO	2017	GESTIONAR QUE EMPRESAS PÚBLICAS Y PRIVADAS INVIERTAN EN EL MUNICIPIO.	NO. DE OFICIOS DE GESTIÓN.	REPORTE DE LOS OFICIOS EMITIDOS POR LA SECRETARÍA DE TURISMO MUNICIPAL	NO. DE GESTIONES/NO. DE INTERESADOS *100	TRIMESTRAL	PORCENTAJE	2017	2017	GESTIÓN	A/B*100				

