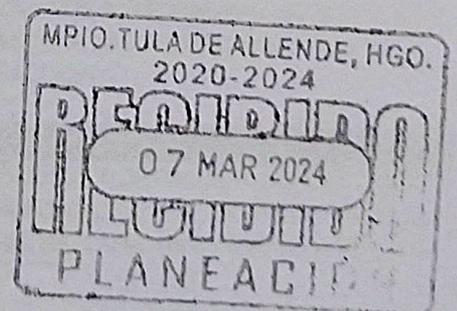


Formato 1

Allineación de la Matriz de Indicadores para Resultados al Plan Estatal de Desarrollo



1.- ANTECEDENTES	
Unidad responsable	1120 TURISMO
Unidades presupuestales integrantes	1120 TURISMO
Programa sectorial	INCREMENTAR EL TURISMO A TRAVÉS DE LA OFERTA TURÍSTICA
Programa presupuestario	INCREMENTAR EL TURISMO A TRAVÉS DE LA OFERTA TURÍSTICA
Unidad presupuestal responsable de la MIR	1120 TURISMO
ALINEACIÓN	
Ramo	28 PARTICIPACIONES
Eje estratégico	2. TULA DE ALLENDE PRÓSPERO Y DINÁMICO
Objetivo estratégico	2.5 IMPULSO AL TURISMO MUNICIPAL
CLASIFICACIÓN FUNCIONAL	
Finalidad	3 DESARROLLO ECONÓMICO
Función	3.7 TURISMO
Subfunción	3.7.1 TURISMO
OTROS DATOS	
Año operando	2024
El programa presupuestario entrega de bienes y servicios a:	a) <u>Población en general</u> b) Administración pública c) Ambas
Lic. Nancy Sanabria Rivas (Nombre y firma) Responsable de la MIR	Ing. José Luis López León (Nombre y firma) Secretario Ejecutivo del Comité Técnico de Evaluación del Desempeño
TURISMO 2020-2024	PLANEACIÓN 2020 2024



Anexo 1

Ficha de Información Básica del Programa Presupuestario



FINANZAS
SECRETARÍA DE FINANZAS PÚBLICAS



1.- ANTECEDENTES

1.1 EL PROGRAMA PRESUPUESTARIO DE TURISMO MUNICIPAL SE DESARROLLA EN UN ENTORNO DE POCA AFLUENCIA DE TURISTAS LO CUAL SE DERIVA EN UNA BAJA DERRAMA ECONÓMICA SIENDO TULA UNA CIUDAD CON 115,000 HABITANTES; QUE HA SIDO CONSIDERADA LA CULTURA MESOAMERICANA MÁS IMPORTANTE QUE ESTÁ UBICADA EN VALLE DE MEZQUITAL A 70 KM. DE LA CIUDAD DE MÉXICO CAPITAL DEL PAÍS, ADEMÁS DE ESTAR CONECTADA POR EL ARCO NORTE Y CONEXIÓN TERRESTRE SEGÚN INEGI 2020.

1.2 PARA EL AÑO 2024 SE ESPERA LA ASISTENCIA DEL TURISMO A TRAVÉS DE LA SUPERVISIÓN DE DIVERSOS EVENTOS, CON LA CREACIÓN DE LAS ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN (CÓDIGO QR) QUE NOS PERMITAN IDENTIFICAR ÁREAS DE MEJORA Y QUE LOS PRESTADORES DE SERVICIO BRINDEN UNA ATENCIÓN DE CALIDAD TODO ESTO PARA GENERAR DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE ATRACTIVOS TURISTICOS.

1.3 BENEFICIADOS: PRESTADORES DE SERVICIO, TURISTAS
OPOSITORES: CON LOS QUE NO CUMPLIMOS LAS EXPECTATIVAS
EJECUTORES: TURISMO

INDIFERENTES: LOS QUE NO TIENEN INTERÉS Y MUESTRAN APATÍA

1.4 UNA VEZ EJECUTADO LOS CUATRO EVENTOS DE INTERCAMBIO CULTURAL SE HAYA CREADO EL CATALOGO DE PRESTADORES DE SERVICIO PARA ACERCAR AL TURISMO MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD DE PATRIMONIO CULTURAL.

2.- IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

2.1

EL PRINCIPAL PROBLEMA ES LA POCA AFLUENCIA DE TURISTAS QUE VISITA EL CENTRO DE TULA, LO CUAL DERIVA EN UNA BAJA DERRAMA ECONÓMICA; LA MAYORÍA DE TURISTAS VISITA LA ZONA ARQUEOLÓGICA EXISTIENDO POCA DIFUSIÓN Y EVENTOS PARA A TRAERLOS AL CENTRO DE TULA.

2.2 LOS PRESTADORES DE SERVICIO Y COMERCIO SE IDENTIFICAN COMO LOS PRINCIPALES BENEFICIADOS, SECTUR, GOBIERNO MUNICIPAL

2.3

* NO HAY DIFUSIÓN DE ATRACTIVOS Y PROMOCIÓN DE EVENTOS.

* PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN DISEÑADOS, NO ACORDE A LAS NECESIDADES DE LOS PRESTADORES DE SERVICIO.

* NO HAY SUPERVISIÓN DE LA REALIZACIÓN DE EVENTOS

2.4

* LO QUE OCASIONA POCA AFLUENCIA DE TURISTAS.

* LO QUE OCASIONA INEFICIENCIA DE LOS PRESTADORES DE SERVICIO.

* NO EXISTA OFERTA TURÍSTICA

2.5 EN LA ZONA ARQUEOLÓGICA PARA EL AÑO 2018 SE CONTABA CON 260,586 VISITANTES; PARA EL AÑO 2019 226,170 VISITANTES, MIENTRAS QUE PARA LOS SIGUIENTES DOS AÑOS SE ENCONTRÓ CERRADO POR CONTINGENCIA SANITARIA, PARA EL AÑO 2022 LLEGARON 167, 559, DE ACUERDO CON DATOS RECIENTES DEL INAH EL AÑO 2023 ARRIBARON 184,701 VISITANTES A LA ZONA ARQUEOLÓGICA, DE LOS CUALES MENOS DEL 5% VISITA EL CENTRO DE TULA Y SUS ALREDEDORES. LA ESTRATEGIA CONSISTE EN HACER DIFUSIÓN DE ATRACTIVOS Y PROMOCIÓN DE EVENTOS CAPACITANDO A LOS PRESTADORES DE SERVICIO PARA UNA ATENCIÓN DE CALIDAD GENERANDO ENCUESTAS Y ESTADÍSTICAS DE SATISFACCIÓN.

3.- DETERMINACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE LA INTERVENCIÓN

3.1 LA REALIZACIÓN DE DIVERSOS EVENTOS CON UNA CORRECTA DIFUSIÓN EN LOS MÓDULOS TURÍSTICOS, TULA BUS Y REDES SOCIALES PARA CAPTAR UN MAYOR NÚMERO DE TURISTAS EN LA ZONA ARQUEOLÓGICA; CREAR PROGRAMAS DE CAPACITACIONES PARA LOS PRESTADORES DE SERVICIOS ACORDE A LAS NECESIDADES DE CADA UNO; MISMOS QUE NOS AYUDARÁ A GENERAR LA ENCUESTA DE SATISFACCIÓN.

3.2 APROVECHAR EL POCO RECURSO ASIGNADO POR TESORERÍA MEDIANTE EL APOYO DEL ÁREA DE ADQUISICIONES QUE SON QUIENES NOS COTIZAN Y PROVEEN INSUMOS; TRABAJANDO DE LA MANO CON LAS UNIDADES ADMINISTRATIVAS COMO CULTURA, COMUNICACIÓN SOCIAL, REGLAMENTOS Y RECURSOS HUMANOS PARA EL APOYO DE LA ORGANIZACIÓN Y PLANEACIÓN DE LOS INTERCAMBIOS CULTURALES Y PRÉSTAMO DE ESPACIOS.

4.- COBERTURA

4.1 VISITANTES NACIONALES E INTERNACIONALES QUE LLEGAN A ZONA ARQUEOLÓGICA DE EDAD, SEXO Y OCUPACIÓN INDISTINTA CUYA DERRAMA ECONÓMICA SE GENERA EN OTROS LUGARES, TURISMO CULTURAL, RELIGIOSO, RECREATIVO Y DE TRABAJO Y DESCONOCEN LOS ATRACTIVOS Y SITIOS TURÍSTICOS DE TULA EN UNA EDAD PROMEDIO DE 20 A 50 AÑOS.

4.2 DE LOS VISITANTE QUE LLEGAN A LA ZONA ARQUEÓLOGA CON CÓDIGO QR, SIN RANGO DE EDAD, SEXO Y OCUPACIÓN INDISTINTAS; PERSONAS CON PODER ADQUISITIVO.

4.3 SE TRADUCE A 1, 500 PERSONAS POR CAPTAR ANUAL.

POBLACIÓN POTENCIAL	POBLACIÓN OBJETIVO	POBLACIÓN ATENDIDA DEL EJERCICIO FISCAL ANTERIOR
4.3.1 184,701 VISITANTES	4.3.2 1,500 VISITANTES	4.3.3 0 VISITANTES

4.4
4.4.1 ANUAL
4.4.2 ANUAL
4.5
4.5.1 POR UNA BASE DE DATOS QUE PROPORCIONA EL INAH DE LA ZONA ARQUEOLÓGICA.
4.5.2 MEDIANTE LA OCUPACIÓN HOTELERA, PERSONAS REGISTRADAS EN EL MÓDULO DE ATENCIÓN, LAS ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN CON CÓDIGO QR, PROMOCIÓN Y DIFUCIÓN DE ATRACTIVOS TURISTICOS MEDIANTE RED SOCIAL QUE A SU VES ÉSTAS NOS GENERAN ESTADÍSTICAS.

5.- DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN PÚBLICA

5.1
* SERVICIO DE TULA BUS
* MODULO DE ATENCIÓN CIUDADANA
* EVENTOS
* CAPACITACIONES A PRESTADORES DE SERVICIOS

5.2
* MEDIANTE UNA SOLICITUD U OFICIO DE PETICIÓN CUANDO SON ESCUELAS O DEPENDENCIAS Y EN GENERAL
* BITÁCORAS DE REGISTRO, FOTOS Y FOLLETOS
* PROGRAMA, FOTOS, PUBLICIDAD, OFICIOS DE INVITACIÓN, ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN, ACUERDOS Y MESAS DE TRABAJOS
* CONVOCATORIA, LISTA DE ASISTENCIA, FOTOS, RECONOCIMIENTOS.

5.3
* A LARGO PLAZO SE ESPERA MAYOR AFLUENCIA DE VISITANTES Y DERRAMA ECONÓMICA
* A MEDIANO PLAZO SE ESPERA LA CREACIÓN DE 8 EVENTOS DE INTERCAMBIO CULTURAL, CAPACITACIÓN DE LOS PRESTADORES DE SERVICIO.

6.- ¿ES UN PROGRAMA SOCIAL?

SI	1	2	3	4
NO	X			

6.1. Vinculación a los derechos sociales y la dimensión de bienestar económico. - La vinculación entre los programas y las Acciones con los Derechos sociales y la Dimensión de Bienestar Económico se realiza considerando la Matriz de indicadores para Resultados (MIR) o la principal normatividad de los programas o las acciones.

Alimentación	<input type="checkbox"/>	Directo	<input type="checkbox"/>	Indirecto	<input type="checkbox"/>
Educación	<input type="checkbox"/>	Directo	<input type="checkbox"/>	Indirecto	<input type="checkbox"/>
Salud	<input type="checkbox"/>	Directo	<input type="checkbox"/>	Indirecto	<input type="checkbox"/>
Trabajo	<input type="checkbox"/>	Directo	<input type="checkbox"/>	Indirecto	<input type="checkbox"/>
Vivienda	<input type="checkbox"/>	Directo	<input type="checkbox"/>	Indirecto	<input type="checkbox"/>
Seguridad Social	<input type="checkbox"/>	Directo	<input type="checkbox"/>	Indirecto	<input type="checkbox"/>
No Discriminación	<input type="checkbox"/>	Directo	<input type="checkbox"/>	Indirecto	<input type="checkbox"/>
Medio ambiente sano	<input type="checkbox"/>	Directo	<input type="checkbox"/>	Indirecto	<input type="checkbox"/>
Bienestar Económico	<input type="checkbox"/>	Directo	<input type="checkbox"/>	Indirecto	<input type="checkbox"/>

7.- PADRÓN DE BENEFICIARIOS

- 7
- 7.1
- 7.2
- 7.3
- 7.4
- 7.5

8.- REGLAS DE OPERACIÓN

- 8
- 8.1
- 8.2
- 8.3
- 8.4
- 8.5

Anexo 2 Definición del Problema



1.- POBLACIÓN Ó ÁREA DE ENFOQUE POTENCIAL

VISITANTES NACIONALES E INTERNACIONALES QUE LLEGAN A ZONA ARQUEOLÓGICA DE EDAD, SEXO Y OCUPACIÓN INDISTINTA CUYA DERRAMA ECONÓMICA SE GENERA EN OTROS LUGARES, TURISMO CULTURAL, RELIGIOSO, RECREATIVO Y DE TRABAJO Y DESCONOCEN LOS ATRACTIVOS Y SITIOS TURÍSTICOS DE TULA EN UNA EDAD PROMEDIO DE 20 A 50 AÑOS.

2.- POBLACIÓN Ó ÁREA DE ENFOQUE OBJETIVO

DE LOS VISITANTE QUE LLEGAN A LA ZONA ARQUEÓLOGA CON CÓDIGO QR, SIN RANGO DE EDAD, SEXO Y OCUPACIÓN INDISTINTAS; PERSONAS CON PODER ADQUISITIVO.

3.- PROBLEMÁTICA CENTRAL (PROPÓSITO)

EL PRINCIPAL PROBLEMA ES LA POCA AFLUENCIA DE TURISTAS QUE VISITA EL CENTRO DE TULA, LO CUAL DERIVA EN UNA BAJA DERRAMA ECONÓMICA; LA MAYORÍA DE TURISTAS VISITA LA ZONA ARQUEOLÓGICA EXISTIENDO POCA DIFUSIÓN Y EVENTOS PARA A TRAERLOS AL CENTRO DE TULA.

4.- MAGNITUD DEL PROBLEMA

4.1 POBLACIÓN POTENCIAL	4.2 POBLACIÓN OBJETIVO	4.3 POBLACIÓN ATENDIDA DEL EJERCICIO FISCAL ANTERIOR
184,701 VISITANTES	1,500 VISITANTES	0 VISITANTES

5.- EFECTO SUPERIOR (FIN)

CONTRIBUIR AL IMPULSO TURÍSTICO DE TULA DE ALLENDE, QUE LOS TURISTAS QUE LLEGAN A LA ZONA ARQUEOLÓGICA VISITEN EL CENTRO DE TULA.

Anexo 3 Análisis de Involucrados



PROBLEMÁTICA CENTRAL:

EL PRINCIPAL PROBLEMA ES LA POCA AFLUENCIA DE TURISTAS QUE VISITA EL CENTRO DE TULA, LO CUAL DERIVA EN UNA BAJA DERRAMA ECONÓMICA; LA MAYORÍA DE TURISTAS VISITA LA ZONA ARQUEOLÓGICA EXISTIENDO POCA DIFUSIÓN Y EVENTOS PARA A TRAERLOS AL CENTRO DE TULA.

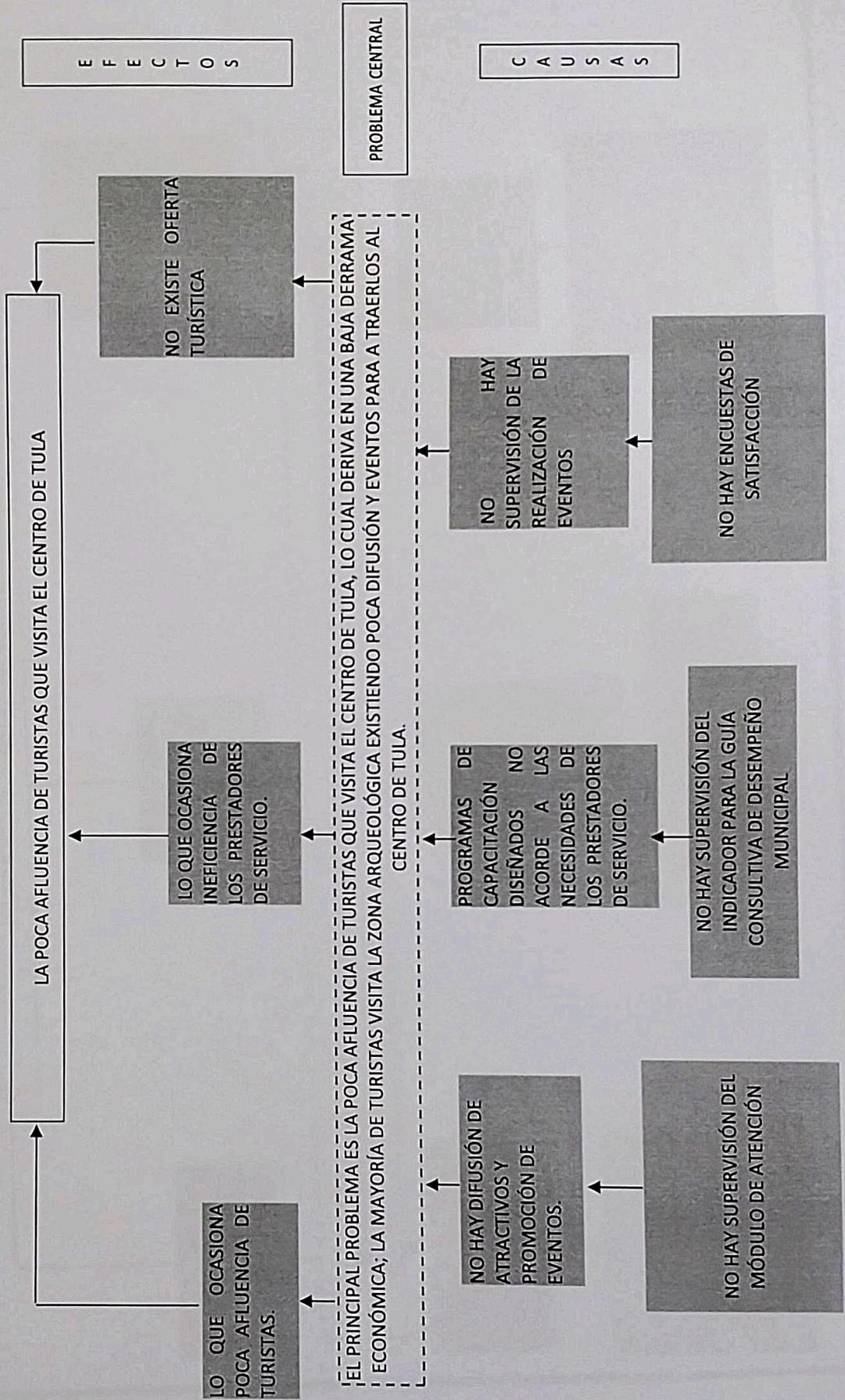
BENEFICIARIOS	OPOSITORES	EJECUTORES	INDIFERENTES
PRESTADORES DE SERVICIO, TURISTAS	CON LOS QUE NO CUMPLIMOS LAS EXPECTATIVAS	TURISMO	LOS QUE NO TIENEN INTERÉS Y MUESTRAN APATÍA.

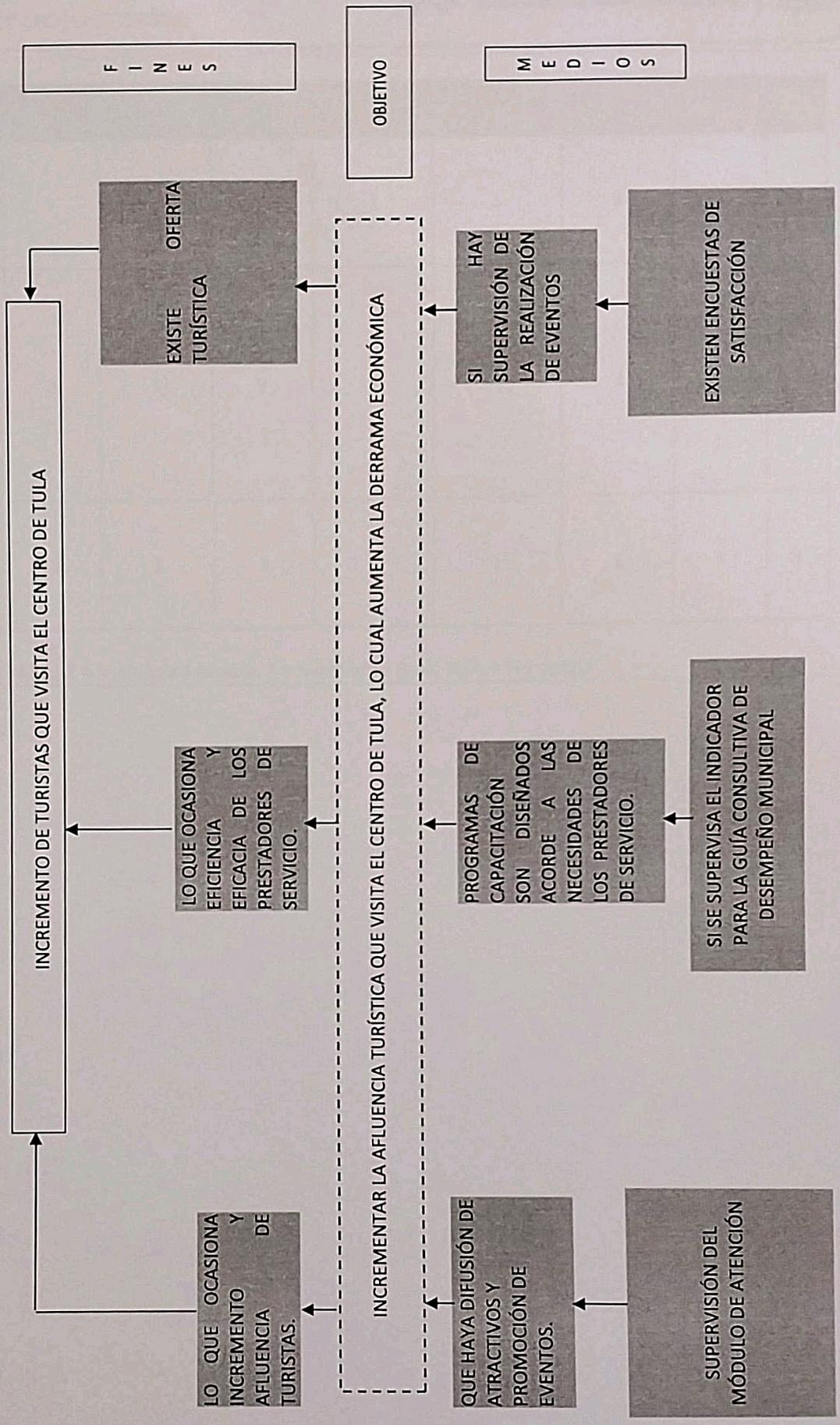
Anexo 4

Árbol de Problemas



FINANZAS
SECRETARÍA DE FINANZAS PÚBLICAS





Anexo 6 Análisis de Involucrados



Alternativas (componentes)	a) Facultad Jurídica	b) Presupuesto disponible	c) Realizable en corto plazo	d) Disponibilidad Total de Recursos Técnicos	e) Disponibilidad de Recursos Administrativos	f) Cultural y socialmente Aceptable	g) Estudio de Impacto	Total
QUE HAYA DIFUSIÓN DE ATRACTIVOS Y PROMOCIÓN DE EVENTOS.	3	3	3	3	3	3	1	9
PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN SON DISEÑADOS ACORDE A LAS NECESIDADES DE LOS PRESTADORES DE SERVICIO.	3	3	3	3	3	3	1	9
SI HAY SUPERVISIÓN DE LA REALIZACIÓN DE EVENTOS	3	3	3	3	3	3	1	9

Escala: 3 = Viabilidad Alta, 2 = Viabilidad Media, 1 = Viabilidad Baja, N/A = No aplica

Anexo 7**Estructura analítica del Programa
Presupuestario****FINANZAS**
SECRETARÍA DE FINANZAS PÚBLICAS

PROBLEMÁTICA CENTRAL (PROVIENE DEL ÁRBOL DEL PROBLEMA)	SOLUCIÓN (PROVIENE DEL ÁRBOL DEL OBJETIVO)
EL PRINCIPAL PROBLEMA ES LA POCA AFLUENCIA DE TURISTAS QUE VISITA EL CENTRO DE TULA, LO CUAL DERIVA EN UNA BAJA DERRAMA ECONÓMICA; LA MAYORÍA DE TURISTAS VISITA LA ZONA ARQUEOLÓGICA EXISTIENDO POCA DIFUSIÓN Y EVENTOS PARA A TRAERLOS AL CENTRO DE TULA.	INCREMENTAR LA AFLUENCIA TURÍSTICA QUE VISITA EL CENTRO DE TULA, LO CUAL AUMENTA LA DERRAMA ECONÓMICA.
EFECTOS	FINES
LO QUE OCASIONA POCA AFLUENCIA DE TURISTAS.	LO QUE OCASIONA INCREMENTO Y AFLUENCIA DE TURISTAS.
LO QUE OCASIONA INEFICIENCIA DE LOS PRESTADORES DE SERVICIO.	LO QUE OCASIONA EFICIENCIA Y EFICACIA DE LOS PRESTADORES DE SERVICIO.
NO EXISTE OFERTA TURÍSTICA	EXISTE OFERTA TURÍSTICA
MAGNITUD (LINEA BASE)	MAGNITUD (RESULTADO ESPERADO)
0 VISITANTES	1,500 VISITANTES
CAUSAS	MEDIOS
NO HAY DIFUSIÓN DE ATRACTIVOS Y PROMOCIÓN DE EVENTOS.	QUE HAYA DIFUSIÓN DE ATRACTIVOS Y PROMOCIÓN DE EVENTOS.
PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN, NO SON DISEÑADOS ACORDE A LAS NECESIDADES DE LOS PRESTADORES DE SERVICIO.	PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN SON DISEÑADOS ACORDE A LAS NECESIDADES DE LOS PRESTADORES DE SERVICIO.
NO HAY SUPERVISIÓN DE LA REALIZACIÓN DE EVENTOS.	SI HAY SUPERVISIÓN DE LA REALIZACIÓN DE EVENTOS.
NO HAY SUPERVISIÓN DEL MÓDULO DE ATENCIÓN	SUPERVISIÓN DEL MÓDULO DE ATENCIÓN
NO HAY SUPERVISIÓN DEL INDICADOR PARA LA GUÍA CONSULTIVA DE DESEMPEÑO MUNICIPAL	SI SE SUPERVISA EL INDICADOR PARA LA GUÍA CONSULTIVA DE DESEMPEÑO MUNICIPAL
NO HAY ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN	EXISTEN ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN



Unidad Responsable: 1120 TURISMO	Unidad Presupuestal responsable de la elaboración de la MIR: 1120 TURISMO
Programa Sectorial: INCREMENTAR EL TURISMO A TRAVÉS DE LA OFERTA TURÍSTICA	Programa Presupuestario: INCREMENTAR EL TURISMO A TRAVÉS DE LA OFERTA TURÍSTICA

Matriz de indicador para Resultados

Nivel	Resumen narrativo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Fin	CONTRIBUIR AL IMPULSO TURÍSTICO DE TULA DE ALLENDE, QUE LOS TURISTAS QUE LLEGAN A LA ZONA ARQUEOLÓGICA VISITEN EL CENTRO DE TULA.	NÚMERO DE PERSONAS QUE VISITEN LA ZONA ARQUEOLÓGICA.	INFORME ANUAL GENERADO POR EL INAH	CONOCER EL NÚMERO DE VISITANTES EN LA ZONA ARQUEOLÓGICA.
Propósito	INCREMENTA LA AFLUENCIA TURÍSTICA QUE VISITA EL CENTRO DE TULA, LO CUAL AUMENTA LA DERRAMA ECONÓMICA.	PORCENTAJE DEL NÚMERO DE HABITACIONES OCUPADAS.	INFORME ANUAL DE OCUPACIÓN HOTELERA.	CONOCER LA AFLUENCIA TURÍSTICA
Componente	QUE HAYA DIFUSIÓN DE ATRACTIVOS Y PROMOCIÓN DE EVENTOS.	NÚMERO DE ALCANCE DE PÁGINA OFICIAL	ESTADÍSTICAS DE FACEBOOK ESTADÍSTICAS DE LA ENCUESTA DE PROMOCIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS (CÓDIGO QR)	HAY DIFUSIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS
Actividad	SUPERVISAR EL MÓDULO DE ATENCIÓN	PORCENTAJE DEL NÚMERO DE REGISTROS DE LAS PERSONAS.	BITACORAS DE REGISTRO DEL MÓDULO DE ATENCIÓN CENTRO DE TULA	IDENTIFICAR ÁREAS DE MEJORA Y ORIENTACIÓN TURÍSTICA
Componente	PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN SON DISEÑADOS ACORDE A LAS NECESIDADES DE LOS PRESTADORES DE SERVICIO.	NÚMERO DE CAPACITACIONES A PRESTADORES DE SERVICIO.	LISTAS DE ASISTENCIA FOTOS	TODOS LOS PRESTADORES DE SERVICIO PARTICIPAN EN LAS CAPACITACIONES
Actividad	SE SUPERVISA EL INDICADOR PARA LA GUÍA CONSULTIVA DE DESEMPEÑO MUNICIPAL	NÚMERO DE UNIDADES DEL SECTOR ECONÓMICO	DOCUMENTO DE EXCEL DE INEGI: DENU	IDENTIFICAR EL CRECIMIENTO DE LOS PRESTADORES DE SERVICIO
Componente	SUPERVISIÓN DE LA REALIZACIÓN DE EVENTOS	NÚMERO DE EVENTOS.	PROGRAMA DEL EVENTO FOTOS	GENERAR EVENTOS ATRACTIVOS.
Actividad	ELABORAR ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN	NÚMERO DE ENCUESTAS CONTESTADAS POR LOS VISITANTES	ESTADÍSTICAS DE LA ENCUESTA DE SATISFACCIÓN POR EVENTO (CÓDIGO QR)	QUE RECOMIENDEN VISITAR TULA DE ALLENDE