**ANEXO 1: DATOS GENERALES.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. Nombre del programa / proyecto / servicio / campaña
 | **6\_Programa de Promoción Turística del Municipio.** | Política Pública  |  |
| B) Dirección o área responsable. | Dirección de Turismo |
| 1. Problemática que atiende la propuesta
 | Falta de Promoción Turística que impide el desarrollo económico integral del Municipio ya que ello disminuye el potencial y número de visitantes, que afecta de manera directa al sector productivo, comercial y artesanal, generando desestabilidad en empleos y afectación a la economía. |
| Programa Estratégico |  |
| D) Ubicación Geográfica / Cobertura de Colonias/Cobertura institucional | 1 Dependencia de la Administración Pública Municipal. |
| E)Nombre del enlace o responsable  | Juan Carlos Barajas Hernández/ Ana Liliam Rosas Meza. | Línea de Acción |  |
| F)Objetivo específico | Fortalecer financiera, humana y materialmente un Programa de Promoción Turística del Municipio que genere el aumento en la Afluencia Turística, mejore la derrama económica y de estabilidad de empleos a través de los atractivos que se generen mediante la promoción. |
| G) Perfil de la población e institución; atendida o beneficiada  | 1 Dependencia de la Administración Pública Municipal.Turistas y visitantes locales, nacionales, internacionales, ciudadanos. |
| H)Tipo de propuesta | I)Beneficiarios | J)Fecha de Inicio | K)Fecha de Cierre |
| Programa | Campaña | Servicio | Proyecto | Hombres | Mujeres | Instituciones | 01 Octubre 2018 | 30 Septiembre 2019 |
| X |  |  |  |  |  | 1 |
| L)Monto total estimado( Sólo para Categorías b y c ) | M)Categoría para Presupuesto(a, b y c) | (a) Gasto corriente | (b) Presupuesto municipal suplementario  | (c) Fondos del Gobierno Federal o Estatal |
| Aportación Municipal | Participación Federal /Estatal |
| $2´280,000 |  | X |  |  |

**ANEXO 2: OPERACIÓN DE LA PROPUESTA**

|  |  |
| --- | --- |
| Principal producto esperado (base para el establecimiento de metas)  | Generar el aumento en la Afluencia Turística, logrando mejorar la derrama económica y estabilidad de empleos a través de los Atractivos que se generen mediante la promoción. |
| Actividades a realizar para la obtención del producto esperado | Elaboración, aprobación y autorización del Proyecto Ejecutivo.Creación de nuevos activadores de promoción durante el año, ejemplo del 2017: Sombrillas, tocines, tlacalacas, en el centro histórico, en coordinación con empresarios.Asistencia a eventos y/o actividades donde se promueva el turismo del municipio.Material promocional en los diferentes medios como digitales e impresos. Fortalecer las estrategias digitales para incrementar la exposición de nuestro municipio, página web turística, app de estacionamientos y servicios.Memoria fotográfica digital. Presentación de Informe Trimestral. |
| Objetivos del programa estratégico  |  |
| Indicador del programa estratégico al que contribuye  |  |
| Beneficios  | Corto Plazo | Mediano Plazo | Largo Plazo |
| X | X |  |
| Nombre del Indicador  | **Dimensión a medir**  | Definición del indicador  | Método del calculo | **Unidad de medida** | Frecuencia de medida  | Línea base | **Meta programada** |
| 1. **Eficacia**
2. **Eficiencia**
3. **Económica**
4. **Calidad**
 |
| Turistas | 2 | Número de turistas registrados en bitácora | Número de turistas registrados en bitácora en el año 2019/ Número de turistas registrados en bitácora en el año 2018\*100 | Porcentaje | Trimestral | 2´000,000 turistas registrados en bitácora | 2´280,000 turistas registrados en bitácora  |
| Activadores | 2 | Número de Campañas o Activadores | Número de Campañas o Activadores implementadas en el año 2019/ Número de Campañas o Activadores implementadas en el año 2018\*100 | Porcentaje | Trimestral | 3 Campañas o Activadores implementadas | 6 Campañas o Activadores implementadas |
| Eventos | 2 | Número de Eventos realizados | Número de Eventos realizados en el año 2019/ Número de Eventos realizados en el año 2018\*100 | Porcentaje | Trimestral | 3 Eventos realizados | 6 Eventos realizados |
| Material promocional | 2 | Número de folletos de material promocional impresos y distribuidos | Número de folletos de material promocional impresos y distribuidos en el año 2019/ Número de folletos de material promocional impresos y distribuidos en el año 2018\*100 | Porcentaje | Trimestral | 5,000 folletos de material promocional impresos y distribuidos | 10,000 folletos de material promocional impresos y distribuidos |
| Página web turística | 2 | Número de páginas Web Turísticas diseñadas | Número de páginas Web Turísticas diseñadas en el año 2019/ Número de páginas Web Turísticas diseñadas en el año 2018\*100 | Numérico | Trimestral | 0 páginas Web Turísticas diseñadas. | 1 página Web Turística diseñada. |
| App de estacionamientos y servicios. | 2 | Número de App de estacionamientos y servicios diseñadas | Número de App de estacionamientos y servicios diseñadas en el año 2019/ Número de App de estacionamientos y servicios diseñadas en el año 2018\*100 | Numérico | Trimestral | 0 App de estacionamientos y servicios diseñadas. | 1 App de estacionamientos y servicios diseñada. |
| Empleos | 1 | Número de empleos creados | Número de App de empleos creados en el año 2019/ Número de empleos creados en el año 2018\*100 | Porcentaje | Trimestral | 1,000 empleos creados. | 2,000 empleos creados. |
| Asignación Presupuestaria | 2 | Techo financiero aprobado para el Programa de Promoción Turística del Municipio. | 2´280,000 de techo financiero aprobado para el Programa de Promoción Turística del Municipio en el año 2019 / 0 pesos de techo financiero aprobado para el Programa de Promoción Turística del Municipio en el año 2018\*100 | Numérico | Trimestral | 0 pesos de techo financiero aprobado para el Programa municipal del Festival de Muertos Tlaquepaque 2019. | 2´280,000 de pesos de techo financiero aprobado para el Programa municipal del Festival de Muertos Tlaquepaque 2019. |
| Clave presupuestal determinada para seguimiento del gasto. |  |

**CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

|  |
| --- |
| **Cronograma Anual de Actividades** |
| **Actividades a realizar para la obtención del producto esperado**  | **2018 - 2019** |
| **OCT** | **NOV** | **DIC** | **ENE** | **FEB** | **MAR** | **ABR** | **MAY** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SEP** |
| Elaboración, aprobación y autorización del Proyecto Ejecutivo.  | X | X | X |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Creación de activadores de promoción durante el año, como: Sombrillas, tocines, tlacalacas, en el centro histórico, en coordinación con empresarios. |  | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Asistencia a eventos y/o actividades donde se promueva el turismo del municipio. | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Material promocional en los diferentes medios como digitales e impresos. | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Fortalecer las estrategias digitales para incrementar la exposición de nuestro municipio, página web turística, app de estacionamientos y servicios. | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| Creación de activadores de promoción durante el año, como: Sombrillas, tocines, tlacalacas, en el centro histórico, en coordinación con empresarios. |  | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Asistencia a eventos y/o actividades donde se promueva el turismo del municipio. | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Material promocional en los diferentes medios como digitales e impresos. | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Memoria fotográfica digital. | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Presentación de Informe Trimestral. |  |  | X |  |  | X |  |  | X |  |  | X |