

ARBOL DE PROBLEMAS

Baja derrama economica en el municipio de vic

perdida de empleos

deterioro de la infraestructura

aumento de la migracion

desinteres en el sector puplico y privado
para inversiones

insuficiente promoción Turística por parte de autoridades mu

Insuficiente precencia en redes sociales

insufiente colaoracion entre los
prestadores de servicios dificultan la
prompcion turistica

Sin una estrategia digital efectiva puede
hacer que el municipio no tenga
presencia en redes sociales

insufiente colaboracion entre los
prestadores de servicios dificultan la
prompcion turistica

Insuficientes visitas turisticas

Insuficiente derrama economica dentro
del municipio



Victoria

aumento de la contaminacion

reduccion de rutas de recoleccion de basura

EFFECTOS

Municipales de Victoria

Deficiente infraestructura vial del municipio

Opsoleto programa de mantemiento de caminos

opsoleta señaletica municipal

CAUSAS

ARBOL DE OBJETIVOS

Alta derrama economica en el municipio de victoria

altos niveles de empleo

mantenimiento de la infrestructura

desinteres de la migracion

interes en el sector puplico y privado
para inverciones

Desarrollo turístico innovador y eficiente en el Municipio

suficiente presencia en redes sociales

sufiente colaoracion entre los
prestadores de servicios dificultan la
prompcion turistica

suficientes estrategias digitales efectivas

Sufiente colaboracion entre los
prestadores de servicios dificultan la
prompcion turistica

suficientes visitas turisticas

suficiente derrama economica dentro del
municipio

[Redacted]

[Redacted]

bajos niveles de la contaminacion

suficientes rutas de recoleccion de
basura

EFFECTOS

de Victoria

eficiente infreestructura vial del municipio

nuevos programas de mantenimiento de
caminos

nueva señaletica municipal

CAUSAS

DEPENDENCIA RESPONSABLE:
NOMBRE DEL PROGRAMA PRESUPUESTARIO:
CLAVE DEL PROGRAMA PRESUPUESTARIO
CLASIFICACIÓN PROGRAMÁTICA
ALINEACION PGM
BENEFICIARIOS:

	RESUMEN NARRATIVO
FIN	Difucion turistica del municipio de victoria
PROPÓSITO	Desarrollo turístico innovador y eficiente en el Municipio de Victoria
COMPONENTE A	COORDINACIÓN INTERDEPARTAMENTAL DEL ÁREA DE TURISMO CON LAS DEPENDENCIAS DE SEGURIDAD PROTECCION CIVIL, DESSARROLLO ECONOMICO SERVICIOS MUNICIPALES, OBRAS PUBLICAS, Y COMUNICACIÓN SOCIAL PARA MEJORAR EL SERVICIO AL TURISTAS
ACTIVIDAD 1A	realizacion de contenido para redes sociales
ACTIVIDAD 2A	realizacion de proyectos innovadores coordinando con las pricipales areas que le prestan servicios al turista
ACTIVIDAD 3A	coordinacion de las diferentes areas para ofrecer servicios eficientes al momento que llegue un turista
COMPONENTE B	Difusion de de servicios basicos en el municipio para ofrecer al turista

ACTIVIDAD 1B	Realizacion de una cartera de servicios para difundir en el sitio web del municipio y los turistas conoscan
ACTIVIDAD 2B	Formulacion de un catalogo de prestadores de servicios del municipio.
ACTIVIDAD 3B	Mantenimiento a areas concuridas por turitas

Turismo
Eje Estratégico 3: Transformación Del Desarrollo Económico
Línea Estratégica 3.2 Fomento del Turismo y Ecoturismo
Estrategia 3.2.2.1 Promoviendo de manera continua las diversas rutas

INDICADOR	MEDIO DE VERIFICACIÓN
(Total de publicaciones de difucion turistica/total de publicacion de difucion turistica programados anterior mente)*100	Realizacion de una bitacora para llevar el control de material realizado.
(numero de hoteles registrados en bitacora/numero de hoteles programados en bitacora)*100	Realizacion de bitacora
(total de proyectos para la gestion en el año/total de proyectos para su gestion por resultados del año anterior)*100	Realizacion de proyectos
(total de contenido realizado/total de contenido programado)*100	Publicaciones en redes sociales
(total de proyectos realizados/total de proyectos presentados)*100	Proyetos aprobados
(numero de servicios programados/numero de servicios relizados)*100	Oficios entre las diferentes areas
(total de publiaciones de difucion realizadas/total de publicaciones de difucion programadas)*100	Visitas a los lugares enblematicos

(total de servicios agregados alas
cartera/total de servicios agregados a la Bitacora de servicios
cartera programados)*100

(numero de prestadores de servicios
registrados en bitacora / numero Oficio de invitacion para formar el
deprestadores de servicios programadas en catalogo
bitacora)*100

(numero de servicios de mantenimiento
realizadas/numero de servicios de Fotografias
mantenimiento programadas)*100

o E Infraestructura
no en Victoria
tas turísticas del municipio.

SUPUESTOS
Turistas
Apoyo completo de Hoteleros
Apyo de las direcciones involucradas
Apoyo completo de comunicación social municipal
Apoyo de las direcciones involucradas
Apoyo de las direcciones involucradas
Apoyo completo de comunicación social municipal

Apoyo completo de comunicación social municipal

Apoyo completo de comunicación social municipal

Apyo de las direcciones involucradas

DEPENDENCIA	TURISMO
RESPONSABLE:	
NOMBRE DEL PROGRAMA	
PRESUPUESTARIO:	
CLAVE DEL PROGRAMA	
PRESUPUESTARIO	
CLASIFICACIÓN	
PROGRAMÁTICA	
ALINEACIÓN PGM	Eje Estratégico 3: Transformación Del Desarrollo Económico E Infraestructura
	Línea Estratégica 3.2 Fomento del Turismo y Ecoturismo en Victoria
	Estrategia 3.2.2.1 Promoviendo de manera continua las diversas rutas turísticas del municipio.

NIVEL DE LA MIR	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	MEDIO DE VERIFICACIÓN	SUPESTO
Fin	Contribuir al desarrollo económico sustentable y a la preservación del patrimonio cultural, histórico y natural del municipio de Victoria.	Tasa de crecimiento del empleo en el sector turístico municipal. [(Empleo turístico año actual - Empleo año anterior) / Empleo año anterior]*100	Encuesta Nacional de Empleo.	Los actores locales (sociedad civil, empresarios, comunidades) continúan participando activamente en la gestión turística, adoptando prácticas sostenibles y comprometiéndose con la preservación del patrimonio.
Propósito	Visitantes, empresarios turísticos y habitantes del municipio de Victoria mejoran su bienestar económico y social gracias al aprovechamiento sostenible de los atractivos turísticos municipales.	Variación anual de turistas al municipio. [(Llegada de turistas año actual - Llegada de turistas año anterior) / Llegada de turistas]*100	DATATUR.	Los visitantes responden favorablemente a las campañas de promoción y muestran interés en conocer los atractivos turísticos del municipio.
Componente	1. Estrategia de promoción turística ejecutada.	Alcance promedio mensual de las campañas digitales.	Reportes de Facebook Insights, Google Analytics, métricas de redes.	Los medios de comunicación (digitales, impresos, audiovisuales) dan espacio y cobertura adecuada a las campañas promocionales del municipio, con tarifas accesibles y alcance significativo en el público objetivo.
Actividad	1.1. Elaborar un diagnóstico de la imagen turística actual del municipio y un análisis de mercado (perfil del visitante, competencia, tendencias), mediante estudios de percepción y análisis de datos de afluencia.	Costo promedio de diagnósticos turísticos. Costo total para diagnósticos/Total de diagnósticos publicados	Reportes de gastos operativos.	Existen datos históricos confiables y actualizados sobre afluencia turística en el municipio (registros de hoteles, entradas a sitios, conteos vehiculares, encuestas anteriores) a los que se pueda acceder para el análisis.
Actividad	1.2. Producir material promocional impreso (folletos, mapas turísticos, guías de visitante, catálogos de productos locales).	Costo promedio por materiales impresos producidos y distribuidos. Costo total de producción y distribución de materiales/Total de materiales distribuidos	Reportes de gastos operativos.	El material impreso (folletos, mapas, catálogos) es distribuido y colocado efectivamente en puntos de alta circulación de visitantes (centros de información, hoteles, aeropuertos, estaciones).
Actividad	1.3. Desarrollar e implementar campañas de promoción en medios digitales (redes sociales, sitio web turístico, mailing, anuncios pagados), con contenido multimedia (fotos, videos, testimonios) y calendario editorial anual.	Costo por adquisición de visitante potencial (CPV). Inversión total en anuncios pagados/Número de clics o leads generados	Reportes de publicidad (Meta Ads, Google Ads). Registros de leads.	El público objetivo está activo en las plataformas digitales seleccionadas, responde positivamente a los mensajes de promoción turística del municipio y realiza interacciones significativas (compartir, comentar, guardar, click a enlaces).
Actividad	1.4. Participar en ferias, exposiciones y eventos turísticos de alcance estatal, regional y nacional, con stand institucional, material promocional y representación calificada.	Costo por contacto efectivo en eventos. Costo total de participación/ Número de contactos comerciales captados	Presupuesto desglosado por evento. Reporte financiero post-evento.	Los touroperadores, agencias de viajes, prensa especializada y otros actores clave asisten a los eventos y muestran interés en establecer contacto comercial o de colaboración con el municipio.
Componente	2. Proyectos de recuperación y mejora de atractivos turísticos concluidos.	Costo promedio por proyecto de recuperación concluido. Costo total de los proyectos / Número de proyectos concluidos	Presupuestos ejecutados. Reportes financieros auditados.	La comunidad local y los usuarios tradicionales del espacio aceptan las intervenciones, no se oponen activamente a las obras y colaboran en su protección una vez concluidas.
Actividad	2.1. Identificar y priorizar atractivos turísticos que requieren intervención, mediante un diagnóstico técnico y consulta ciudadana, con base en el inventario turístico actualizado.	Nivel de validación del listado priorizado por el Comité de Turismo. Miembros que aprueban / Total del comité	Acta de validación firmada por el Comité de Turismo municipal.	Los terrenos, edificios o espacios donde se interviendrán están disponibles jurídica y físicamente, sin conflictos de propiedad, litigios o restricciones legales que impidan el inicio o conclusión de las obras.
Actividad	2.2. Gestionar financiamiento y acuerdos de colaboración con instancias públicas (federales, estatales) y privadas (iniciativa privada, organismos civiles), mediante la elaboración de proyectos ejecutivos y la firma de convenios.	Porcentaje de instituciones contactadas que culminan en convenio. (Convenios firmados / Instituciones contactadas) x 100	Base de datos de contactos; actas de firma.	La iniciativa privada y los organismos civiles muestran interés y capacidad de inversión o cofinanciamiento en proyectos de recuperación de atractivos turísticos.
Actividad	2.3. Realizar los procesos de licitación, contratación y supervisión de proveedores, consultores o empresas ejecutoras, conforme a la normativa municipal y estatal en materia de obra pública y servicios.	Porcentaje de contratos formalizados sin observaciones de órganos de control. (Contratos sin observaciones/Total de contratos realizados)*100	Dictámenes jurídicos. Revisiones de controloría.	Las empresas o consultores contratados cumplen con los plazos, especificaciones técnicas y calidad acordados en los contratos.
Actividad	2.4. Ejecutar las obras y acciones de mejora en los atractivos seleccionados, con supervisión permanente, control de avances y ajustes técnicos según se requiera.	Costo de ejecución real vs. presupuesto autorizado. (Costo real / Presupuesto autorizado) *100	Estados financieros comparativos. Informes de cierre de proyecto	El contratista o empresa ejecutora cuenta con la capacidad técnica, experiencia, maquinaria y personal calificado para realizar las obras según especificaciones, calidad y plazos pactados en el contrato.
Actividad	2.5. Inaugurar y poner en operación los atractivos recuperados, con un plan de difusión promoción inicial que incluya eventos de apertura, material informativo y capacitación a operadores locales.	Porcentaje de atractivos en operación efectiva tras la inauguración. (Atractivos operando/Total de atractivos inaugurados)*100	Reportes de operación. Visitas de verificación.	La infraestructura complementaria (accesos, señalización, servicios básicos) se encuentra operativa al momento de la inauguración.
Componente	3. Programa de capacitación y certificación de prestadores de servicios turísticos impartidos.	Porcentaje de prestadores certificados vs. Capacitados. (Prestadores certificados/Prestadores capacitados) *100	Diplomas o certificados oficiales. Base de datos de certificados emitidos.	Los prestadores de servicios turísticos (restaurantes, hospedajes, transportistas, guías, artesanos) muestran interés en participar en el programa, asisten regularmente y completan los procesos de capacitación y certificación.
Actividad	3.1. Diseñar el programa de capacitación integral, definiendo módulos temáticos (calidad en el servicio, sostenibilidad turística, atención al visitante, innovación en productos turísticos), metodología, duración, perfil de instructores y criterios de evaluación.	Nivel de validación del diagnóstico por el Comité Sectorial de Turismo. (Miembros que aprueban / Total del comité)*100	Acta de validación firmada. Comentarios incorporados en versión final.	Los prestadores de servicios turísticos locales están dispuestos a participar en encuestas, entrevistas y mesas de trabajo, dedicando tiempo y compartiendo información veraz sobre sus necesidades reales de capacitación y certificación.
Actividad	3.2. Gestionar la participación de instructores especializados (internos o externos) y establecer alianzas con instituciones educativas, organismos certificadoros y expertos en turismo sostenible.	Nivel de satisfacción de los prestadores con los instructores. (Prestadores satisfechos con la instrucción / Total encuestados)*100	Encuestas de evaluación docente aplicadas tras cada módulo.	Existe disponibilidad de instructores especializados en turismo (locales, regionales o nacionales) con experiencia comprobada en los temas clave.
Actividad	3.3. Impartir los cursos, talleres y sesiones de capacitación en modalidad presencial, semipresencial o virtual.	Costo promedio por curso, taller y sesión impartida. Costo total de cursos, talleres y sesiones/Total de asistentes	Reportes de operación. Reportes de asistencia.	Los materiales didácticos, plataformas digitales y apoyos logísticos necesarios para la impartición están disponibles y funcionan adecuadamente desde el inicio hasta el fin del programa.