



Datos Generales del Programa presupuestario 2021						
<b>Dependencia:</b>	Secretaría de Turismo y Desarrollo de Pueblos Mágicos			<b>Programa presupuestario (Pp):</b>	119	
Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores			Medios de Verificación	Supuestos
		Nombre	Método de Cálculo	Frecuencia de medición		
<b>Fin</b>	Consolidar el sector turístico del Estado como un sector económico estratégico, sustentable y competitivo, a fin de generar empleos y atraer inversión.	Porcentaje de segmentos y productos turísticos del Estado	(Número de segmentos y productos turísticos no comercializados en el Estado/Número de segmentos y productos turísticos existentes en el Estado)*100	Anual	Aplicación móvil de información y promoción turística	Asignación de presupuesto
<b>Propósito</b>	Coahuila es identificado como el mejor destino turístico del norte del país	Recepción de visitantes	(Número de visitantes por entidad federativa / Número de habitaciones disponibles)	Anual	DATATUR, Estadísticas propias de la Secretaría y la Cadena de Valor	Interés por parte de los de municipios para sumarse al sistema DATATUR y a la definición de canales de medición propios
<b>Componente 1</b>	Fortalecimiento de la Marca "Vinos de Coahuila"	Porcentaje de adhesión en las cadenas de valor	(Número de aceptación de aceptación a la cadena de valor / Número de invitaciones a la cadena de valor) *100	Trimestral	Aplicación móvil de información y promoción turística	Desarrollo de productos adicionales, así como la comercialización de estos.
<b>Componente 2</b>	Pueblos Mágicos de Coahuila posicionados	Variación del turismo en los pueblos mágicos	((Total de visitantes en el periodo t / Total de visitantes en el periodo t-1)-1) *100	Trimestral	Estadísticas propias de la Secretaría y de la Cadena de Valor	Inclusión de municipios al sistema DATATUR y la definición de canales de medición propios
<b>Componente 3</b>	Atracción de congresos y exposiciones	Incremento en la cantidad de congresos y convenciones atraídos al Estado	((Cantidad de eventos realizados en el mismo periodo actual / Cantidad de eventos realizados en el mismo período anterior)-1) *100)	Trimestral	Estadísticas propias de la Secretaría y de la Cadena de Valor	Interés por parte de las empresas



<b>Componente 4</b>	Fortalecimiento de la competitividad de las empresas y de los servicios turísticos	Incremento en la cantidad de empresas certificadas en distintivos de calidad	(Cantidad de empresas capacitadas/Cantidad de empresas registradas) *100	Trimestral	DATATUR y Estadísticas propias de la Secretaría	Interés por parte de las empresas prestadoras de servicios turísticos en ser certificadas
<b>Componente 5</b>	Incremento del turismo local e interregional	Incremento en la cantidad de productos y circuitos interregionales comercializados	((Número de visitantes por destino en el período actual/Número de visitantes por destino en el mismo período anterior)-1) *100	Trimestral	DATATUR y Estadísticas propias de la Secretaría	Existencia de acuerdos regionales
<b>Actividad 1.1</b>	Convenio de Colaboración para la Promoción Hotelera, Gastronómica y Vinícola del Estado	Alcance obtenido en cuanto a empresas afiliadas al convenio y los logros establecidos	(Compromisos cumplidos/Compromisos establecidos en el convenio) *100	Trimestral	Relación de prestadores adheridos	Interés por parte de las empresas
<b>Actividad 1.2</b>	Promoción de la ruta "Vinos y Dinos"	Avance de la promoción de la ruta "Vinos y Dinos"	(Acciones de promoción ejecutadas/Acciones de promoción programadas) *100	Trimestral	Aplicación móvil de información y promoción turística propia	Mayor cantidad de oferta de productos específicos
<b>Actividad 1.3</b>	Instalación de íconos de la ruta "Vinos y Dinos"	Íconos instalados	(cantidad de íconos instalados/Cantidad de íconos programados) *100	Anual	Aplicación móvil de información y promoción turística propia	Disposición de todas las Vitivinícolas del Estado adheridas a la ruta a tener un ícono instalado
<b>Actividad 2.1</b>	Permanencia de los Pueblos Mágicos	Calificación obtenida en la evaluación	(Puntaje obtenido en la evaluación / Reactivos de la evaluación)	Anual	DATATUR	Interés turístico
<b>Actividad 2.2</b>	Promoción de eventos locales	Eventos para promoción realizados	(Cantidad de eventos realizados/Cantidad de eventos programados) *100	Trimestral	Estadísticas propias de la Secretaría y la Cadena de Valor	Interés para la promoción y apoyo para nuevos eventos y/o su diversificación
<b>Actividad 2.3</b>	Promoción de Cadenas Productivas	Estudios de turismo por Pueblo Mágico	(Cantidad de estudios realizados/Cantidad de Pueblos Mágicos de Coahuila)	Trimestral	Estadísticas propias de la Secretaría y la Cadena de Valor	Creación de cadenas productivas
<b>Actividad 3.1</b>	Participación en exposiciones y eventos del sector	Asistencia a eventos promocionales	(Asistencia a eventos nacionales del sector/ Cantidad de eventos nacionales realizados del sector) *100	Trimestral	Estadísticas propias de la Secretaría y la Cadena de Valor	Presupuesto para asistir a las exposiciones



<b>Actividad 3.2</b>	Promoción de los recintos del Estado	Utilización de los recintos del Estado	((Cantidad de recintos actuales utilizados / Cantidad de recintos utilizados en el mismo periodo anterior)-1) *100	Trimestral	Aplicación móvil de información y promoción turística propia	Oferta de productos específicos
<b>Actividad 3.3</b>	Gestión y apoyo para la organización de eventos	Eventos realizados con apoyo de la Secretaría	((Eventos apoyados en el periodo / Eventos apoyados durante el mismo periodo anterior)-1) *100	Trimestral	Estadísticas propias de la Secretaría y la Cadena de Valor	Acercamiento para el apoyo de eventos
<b>Actividad 4.1</b>	Impartición de los distintivos de Calidad	Porcentaje de empresas con distintivo	(Cantidad de distintivos entregados/Cantidad de empresas registradas) *100	Trimestral	DATATUR y Estadísticas propias de la Secretaría	Mayor cantidad de empresas prestadoras de servicios turísticos interesadas
<b>Actividad 4.2</b>	Capacitación turística	Porcentaje de personas prestadoras de servicios turísticos capacitadas	(Total de personas capacitas durante el periodo / Total de personas capacitadas durante el periodo anterior) *100	Trimestral	Estadísticas propias de la Secretaría	Mayor cantidad de empresas prestadoras de servicios turísticos interesadas
<b>Actividad 4.3</b>	Capacitación sobre cultura turística a los pueblos mágicos	Porcentaje de empresas turísticas capacitadas	(Cantidad de empresas capacitadas/ Total de empresas en el destino) *100	Trimestral	Estadísticas propias de la Secretaría	Mayor cantidad de empresas prestadoras de servicios turísticos interesadas
<b>Actividad 5.1</b>	Convenios de colaboración interregionales	Tasa de variación de convenios y acuerdos interregionales alcanzados	((Número de alianzas concretadas en el período actual/Número de alianzas concretadas en el mismo período anterior)-1) *100	Trimestral	Estadísticas propias de la Secretaría	Existencia de productos interregionales
<b>Actividad 5.2</b>	Atracción, realización y promoción de eventos de turismo regional e interregional.	Tasa de variación de los eventos de turismo regional e interregional concretados	((Número de eventos concretados durante el período actual/Número de eventos concretados durante el mismo período anterior) -1) *100	Trimestral	Aplicación móvil de información y promoción turística propia	Existencia de eventos susceptibles de ser promovidos
<b>Actividad 5.3</b>	Fortalecimiento de eventos de corte estatal generadores de turismo local	Tasa de variación de la cantidad de turistas recibidos por eventos	((Total de turistas recibidos por eventos concretados durante el período actual / Total de turistas recibidos por eventos concretados durante el mismo período anterior)-1)* 100	Trimestral	Aplicación móvil de información y promoción turística propia	Interés por parte de los organizadores para realizar eventos en el Estado