

| | |
|--------------------------|--|
| Dependencia y/o Entidad: | SECRETARÍA DE TURISMO DEL ESTADO DE SONORA |
| Programa Presupuestario: | E409F06 IMPULSO AL TURISMO Y PROMOCIÓN ARTESANAL |
| Eje del PED: | EJE 4: COORDINACIÓN HISTÓRICA ENTRE EL DESARROLLO Y SEGURIDAD |
| Objetivo del PED: | RETO 9: REACTIVACIÓN DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO CON FINANZAS SANAS |
| Beneficiarios: | POBLACIÓN DE LOS MUNICIPIOS, TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS, PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS, INVERSIONISTAS, (POBLACIÓN ABIERTA) |

| | Resumen narrativo (Objetivos) | Indicadores | Avance | | | | Avance Acumulado (1) | Meta Anual (3) | Porcentaje de avance | Línea base (año base) | Sentido | Frecuencia | Medios de verificación (Fuentes) | Supuestos | | | | | | | |
|--------------|--|--|-----------|--|---------|------|----------------------|----------------|----------------------|-----------------------|---------|--|----------------------------------|------------|---|--|----------------------------|------------|-------|---|--|
| | | | Nombre | Unidad de medida | Fórmula | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | I | | | | | | | | | II | III | IV | | | | |
| FIN | Impulsar el crecimiento y desarrollo de la actividad turística de la entidad, mediante la promoción, fomento a la inversión, desarrollo regional y capacitación en cultura turística, que sustente a los prestadores de servicios turísticos competitivos, basados en el crecimiento de los destinos con o sin vocación turística. | Variación Porcentual de la Afluencia Turística | Turistas | Afluencia en el último año | 0 | 0 | 0 | 2700000.00 | 2,700,000.00 | 2,700,000 | 100.00% | 2.6 Millones de Turistas | Ascendente | Anual | Informes de Gobierno. https://drive.google.com/file/d/1C1CjD5z-aaAGZMXCiqQsY19F8XsYwpd/view?usp=sharing | Existen condiciones económicas, sociales, sanitarias y políticas estables en el Estado. 2. Existen mercados emisores interesados en los productos turísticos del estado de Sonora. | | | | | |
| | | | | Afluencia del año anterior -1*100 | 2.7m | 2.7m | 2.7m | 2.7m | | | | | | | | | | | | | |
| PROPÓSITO | Contribuir a incrementar la afluencia turística y la derrama económica nacional y extranjera a la entidad, mediante la promoción, fomento a la inversión que permita el desarrollo integral de los municipios de la entidad. | Variación Porcentual de la Derrama Económica | Derrama | Derrama Económica en el último año | 0 | 0 | 0 | 4 | 4 | 2.50 | 2.50 | 2.50 | 2.50 | 4 | 2.50 | 165% | 8,944.83 millones de pesos | Ascendente | Anual | Informes de Gobierno. https://drive.google.com/file/d/1C1CjD5z-aaAGZMXCiqQsY19F8XsYwpd/view?usp=sharing | Existen condiciones económicas, sociales, sanitarias y políticas estables en el Estado. 2. Existen mercados emisores interesados en los productos turísticos del estado de Sonora. |
| COMPONENTE 1 | Desarrollar integralmente el turismo en Sonora de acuerdo a la vocación de cada región y destino, a través de una mayor competitividad, dentro y fuera del estado y el extranjero. | Eficiencia de gestión acercamiento con el sector a través de reuniones de trabajo dentro y fuera del Estado (SECTUR Y ACERTUR). Y el extranjero. | Evento | Número de eventos-reuniones resueltos favorablemente | 6 | 7 | 7 | 8 | 28 | 28 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Base de Datos de la Coordinación General SECTUR | Las partes tienen interés y acuden a la reunión para resolver los compromisos. | | | | | |
| | | | | Auditorías Programadas a las Unidades Administrativas*100 | 28 | 28 | 28 | 28 | | | | | | | | | | | | | |
| ACTIVIDADES | A1C1 Realizar Auditorías a las distintas áreas de la SECTUR | Eficiencia de gestión uso adecuado de los recursos, realizar auditorías a las distintas áreas de la SECTUR. | Auditoría | Auditorías Realizadas a las Unidades Administrativas | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Anual | Archivo General de la Coordinación General SECTUR | Existe interés de las unidades administrativas de cumplir con las metas propuestas. | | | | | |
| | | | | Auditorías Programadas a las Unidades Administrativas*100 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | | | | | | | | | | |
| ACTIVIDADES | A2C1 Asistir eventos de promoción turística en México y el extranjero | Promoción de la Actividad Turística en México y en el Extranjero. | Evento | Eventos asistidos de Promoción Turística en México y el extranjero | 11 | 9 | 12 | 11 | 43 | 43 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Archivo General de la Coordinación General SECTUR | Existe interés de las unidades administrativas de cumplir con las metas propuestas. | | | | | |
| | | | | Eventos Programados de Promoción Turística en México y el Extranjero*100 | 43 | 43 | 43 | 43 | | | | | | | | | | | | | |
| ACTIVIDADES | A3C1 Eficacia de la Gestión otorgando asesoría en el sector turístico | Otorgar asesoría legal a personas interesadas en incursionar en el sector turístico | Asesoría | Otorgamiento de asesoría a personas interesadas en el sector turismo | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 | 8 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Hoja de registro | Existe interés por parte de la sociedad en incursionar en la actividad turística. | | | | | |
| | | | | Asesoría programada a personas interesadas en el sector turismo*100 | 8 | 8 | 8 | 8 | | | | | | | | | | | | | |
| ACTIVIDADES | A4C1 Realizar Supervisión de Arrendadoras de Automóviles | Eficacia en la supervisión a las empresas arrendadoras de automóviles | Visita | Visitas de Supervisión Realizadas a las Arrendadoras de Autos | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 12 | 0.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Hoja de registro, hojas de verificación | Los sujetos obligados tienen interés en cumplir con las obligaciones. | | | | | |
| | | | | Visitas de Supervisión Programadas a las Arrendadoras de Autos*100 | 12 | 12 | 12 | 12 | | | | | | | | | | | | | |
| ACTIVIDADES | A5C1 Transparencia de los Sujetos Obligados del poder ejecutivo | Cumplimiento de las obligaciones de transparencia de los sujetos obligados del poder ejecutivo | Programa | Cumplimiento de las Obligaciones de Transparencia de los sujetos Obligados Realizadas | 0 | 1 | 1 | 2 | 4 | 4 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Formatos | Los sujetos obligados tienen interés en cumplir con las obligaciones. | | | | | |
| | | | | Cumplimiento de las Obligaciones de Transparencia de los Sujetos Obligados Programada* 100 | 4 | 4 | 4 | 4 | | | | | | | | | | | | | |
| ACTIVIDADES | A6C1 Cumplimiento de la ley de turismo (Eficacia en el servicio) | Verificar que los prestadores de servicio cumplan con la ley estatal de turismo, su reglamento y normas oficiales mexicanas vigentes en materia de turismo | Visita | Visitas de Supervisión Realizadas a las Arrendadoras de Autos | 2 | 0 | 0 | 0 | 2 | 8 | 25.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Hoja de registro, hojas de verificación | Los prestadores de servicios tienen interés en cumplir con las obligaciones. | | | | | |
| | | | | Visitas de Supervisión Programadas a las Arrendadoras de Autos*100 | 8 | 8 | 8 | 8 | | | | | | | | | | | | | |
| COMPONENTE 2 | Fortalecer a la actividad turística del Estado a través de la promoción y fomento del sector turismo. | Viajes de reuniones de trabajo de gestión con diferentes dependencias dentro y fuera del estado y ayuntamientos de la entidad. | Acción | Viajes de reuniones y gestión con dependencias dentro y fuera del estado asistidas | 15 | 15 | 15 | 15 | 60 | 60 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Hojas de Registro de asistentes, fotografías de alguna plataforma zoom, etc., invitaciones. | Existe una efectiva coordinación con las distintas dependencias de los tres niveles de gobierno. | | | | | |
| | | | | Viajes Programados con dependencias*100 | 60 | 60 | 60 | 60 | | | | | | | | | | | | | |
| ACTIVIDADES | A1C2 Atención, Orientación y Auxilio al Turista | Operativo de Semana Santa 2022 (atención, auxilio y orientación turística) | Acción | Operativo de Semana Santa realizado | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 100.00% | 1 | Ascendente | Trimestral | Fotografías, hojas de registro de reuniones previas al operativo, invitaciones. | Existe interés de la secretaria en atender a la población vacationista en temas de: Atención, Orientación y Auxilio al Turista. | | | | | |
| | | | | Operativo de Semana Santa programada*100 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | | | | | | | | | | |
| ACTIVIDADES | A2C2 Asistir a Eventos de promoción turística en México y en el extranjero | Asistir a Eventos de Promoción turística en México y en el Extranjero | Evento | Eventos asistidos para la promoción en México y en el Extranjero | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 4 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Hojas de Registro de asistentes, fotografías de alguna plataforma zoom, etc., invitaciones. | Se cuenta con un importante interés por la creación de nuevas rutas de conectividad | | | | | |
| | | | | Eventos programados en México y en el Extranjero*100 | 4 | 4 | 4 | 4 | | | | | | | | | | | | | |
| ACTIVIDADES | A3C2 Promover y fomentar la inversión turística nacional y extranjera | Promoción a la inversión nacional y extranjera (FAMS TRIPS Y EVENTOS) | Evento | Eventos, Reuniones y Fams Trips Realizados para inversión turística | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 | 8 | 100.00% | 4 | Ascendente | Trimestral | Hojas de Registro de asistentes, fotografías, invitaciones | Existe una efectiva coordinación con las distintas dependencias de los tres niveles de gobierno. | | | | | |
| | | | | Eventos, Reuniones y Fams Trips Programados para inversión turística*100 | 8 | 8 | 8 | 8 | | | | | | | | | | | | | |
| ACTIVIDADES | A4C2 Promover la industria cinematográfica en Sonora | Promoción a la Industria Cinematográfica | Acción | Acciones de promoción de la Industria Cinematográfica realizadas | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 4 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Fotografías de eventos, fams trips. | Existe una efectiva coordinación con las distintas dependencias de los tres niveles de gobierno. | | | | | |
| | | | | Acciones de promoción de la Industria Cinematográfica Programados*100 | 4 | 4 | 4 | 4 | | | | | | | | | | | | | |
| ACTIVIDADES | A5C2 Participar en coordinación con la Diplomacia Turística en el programa denominado, Operación "Toca Puertas" | Operación "Toca Puertas" | Evento | Participación en eventos "Toca Puertas" | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 12 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Fotografías de eventos los de viajes, galletes, invitaciones | Existe una efectiva coordinación con las distintas dependencias del gobierno federal. | | | | | |
| | | | | Eventos Programados "Toca Puertas"*100 | 12 | 12 | 12 | 12 | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--|--------------|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---------|--|------------|------------|---|---|
| A6C2 Promover a los municipios a través de sus festivales y fiestas patronales | Promoción Fiestas y Festividades Regionales | Acción | Participación en eventos Regionales | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 12 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Fotografías de los eventos, solicitudes de promoción de los municipios, fotos del material entregado. | Existe una efectiva coordinación con los municipios de la entidad. |
| | | | Participación en Eventos Regionales Programados*100 | 12 | 12 | 12 | 12 | | | | | | | | |
| A7C2 Promover el sector de bodas y eventos en los destinos turísticos para provocar una mayor afluencia turística | Impulso al Turismo de Romance | Acción | Participación en eventos de Turismo de Romance | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Fotografías de los eventos, solicitudes de promoción de los municipios, fotos del material entregado. | Existe una efectiva coordinación con las Oficinas de Convenciones y Visitantes y las empresas de Sonora dedicadas a los eventos. |
| | | | Participación en Eventos de Turismo de Romance Programados*100 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | | | | | |
| A8C2 Atraer eventos a Sonora de talla Internacional | Atracción de eventos a Sonora | Acción | Eventos realizados de talla internacional | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 4 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Fotografías de los eventos, solicitudes de promoción de los municipios, invitaciones. | Existe una efectiva coordinación con las Oficinas de Convenciones y Visitantes. |
| | | | Eventos programados de talla internacional Programados*100 | 4 | 4 | 4 | 4 | | | | | | | | |
| A8C2 - Realización de foros. | Realización de foros de turismo | Evento | Foro realizado | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Anual | Fotografías de los eventos, solicitudes de promoción de los municipios, invitaciones. | Existe una efectiva coordinación con las Oficinas de Convenciones y Visitantes. |
| | | | Foros programados | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | | | | | |
| COMPONENTE 3 Campaña de creatividad, imagen turística y publicidad para el mercado estatal, nacional e internacional, a través de varios medios impresor y plataformas digitales. | Campañas de promoción anual de destinos turísticos y eventos especiales (pautas) | Campaña | Campaña de Promoción Turística Realizada | 22 | 19 | 17 | 22 | 80 | 80 | 100.00% | 2 | Ascendente | Trimestral | Nombre de las campañas, medios de comunicación utilizados, fotografías, material promocional, carteleras, usuarios de redes | Existen condiciones de seguridad e higiene en el país. La oferta turística es competitiva frente a otros destinos nacionales e internacionales y Existe suficiente conectividad con los principales mercados emisores. |
| | | | Campaña de Promoción Turística Programada*100 | 80 | 80 | 80 | 80 | | | | | | | | |
| A1C3 Desarrollo y actualización de la página web | Desarrollo y actualización de la página web VisitSonora (Artículos semanales, actualización de eventos, videos, publicaciones de eventos y campañas) | Acción | Artículos desarrollados y actualizados en las redes sociales | 0 | 0 | 88 | 88 | 176 | 176 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Reporte de página oficial y las distintas plataformas digitales, evidencias propias de la dirección | Existe un excelente manejo profesional de las plataformas digitales y páginas propias del sector turismo |
| Artículos programados en las redes sociales*100 | 176 | 176 | 176 | 176 | | | | | | | | | | | |
| A2C3 Atención a Medios para la divulgación de las acciones. | Producción y atención a medios (boletines, fotos, videos, en vivos, rueda de prensa, publicaciones) | Evento | Producción y atención a medios | 89 | 183 | 183 | 183 | 638 | 638 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Reporte y evidencias de los eventos, fotografías y boletines de prensa. Información propia de la dirección | Existe interés de los medios de comunicación y de la dirección en generar evidencias fotográficas y propias del indicador en mención |
| | | | Producción y atención a medios programados*100 | 638 | 638 | 638 | 638 | | | | | | | | |
| A3C3 Viajes de levantamiento | Viajes de levantamiento, fotográfico, videográfico y eventos). | Viajes | Viajes de levantamiento | 2 | 10 | 10 | 5 | 27 | 27 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Reporte y evidencias de levantamientos fotográficos y videográficos, de eventos afines | Existe interés de los medios de comunicación y de la dirección en generar evidencias fotográficas y propias del indicador en mención |
| | | | Viajes de levantamiento programados*100 | 27 | 27 | 27 | 27 | | | | | | | | |
| A4C3 Producción y cobertura | Producción y cobertura de eventos (mantenimiento del banco de fotos y videos) | Acción | Producción y cobertura de eventos | 8 | 25 | 25 | 25 | 83 | 83 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Reporte en general del evento, fotografías y boletines de prensa. | Existe interés de los medios de comunicación y de la dirección en generar evidencias fotográficas y propias del indicador en mención |
| | | | Producción y cobertura de eventos programados*100 | 83 | 83 | 83 | 83 | | | | | | | | |
| COMPONENTE 4 Relaciones públicas y eventos | Campañas de publicidad, nacional e internacional (ejecutado por comunicación social) | Campaña | Campañas de publicidad | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 100.00% | 2 | Ascendente | Anual | Nombre de las campañas, medios de comunicación utilizados, fotografías, material promocional, carteleras, usuarios de redes | 1. Existen condiciones de seguridad e higiene en el país. 2. La oferta turística es competitiva frente a otros destinos nacionales e internacionales 3. Existe suficiente conectividad con los principales mercados emisores. |
| | | | Campañas Programadas*100 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | | | | | |
| A1C4 Participar en eventos turísticos nacionales e internacionales. | Eventos Nacionales e Internacionales | Evento | Eventos realizados | 2 | 3 | 11 | 16 | 32 | 32 | 100.00% | 6 | Ascendente | Trimestral | Reporte en general del evento, fotografías y boletines de prensa. | 1. Existen condiciones de seguridad e higiene en el país. 2. La oferta turística es competitiva frente a otros destinos nacionales e internacionales 3. Existe suficiente conectividad con los principales mercados emisores. |
| | | | Eventos Programados*100 | 32 | 32 | 32 | 32 | | | | | | | | |
| A2C4 Realización de Fams Trips por el Estado de Sonora para promover los atractivos turísticos con los que se cuenta | FRAMTRIPS Con medios (Atracción de operadores turísticos, agencias de viaje y generación de contenidos). | Acción | Famtrip realizados | 1 | 1 | 0 | 3 | 5 | 5 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Reporte de Fam Trip, fotografías y boletines de prensa, nombre de los medios atendidos. | 1. Existen condiciones de seguridad e higiene en el país. 2. La oferta turística es competitiva frente a otros destinos nacionales e internacionales 3. Existe suficiente conectividad con los principales mercados emisores. |
| | | | Famtrips programados*100 | 5 | 5 | 5 | 5 | | | | | | | | |
| COMPONENTE 5 Desarrollar integralmente el turismo en Sonora de acuerdo a la vocación de cada región y destino, a través de una mayor competitividad. | Viajes de interlocutores y capacitación del personal de la dirección. | Eventos | Viaje de Interlocutores y Capacitación Realizados | 0 | 1 | 0 | 1 | 2 | 3 | 66.67% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Fotografías de los eventos, hojas de registro, invitaciones. | Existe interés de colaborar de las Oficinas de Convenciones y Visitantes de Sonora. |
| | | | Viaje de Interlocutores y Capacitación Programados*100 | 3 | 3 | 3 | 3 | | | | | | | | |
| A1C5 Realización de cursos de certificación | Realización de certificaciones a través del modelo de consultorias y creación de Instituciones certificadas en Sonora para empresas consolidadas. | Evento | Cantidad cursos certificados | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 20 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Documentación y evidencias fotográficas y videográficas | La secretaría no certifica, se gestiona ante los entes correspondientes y las empresas realizan lo propio para obtener la certificación |
| | | | Cantidad cursos Programada para Capacitación*100 | 20 | 20 | 20 | 20 | | | | | | | | |
| A2C5 Capacitación e Incubación para consolidar empresas TourOperadores | Realización de Actividades de capacitación e incubación para consolidar empresas tour operador. | Capacitación | Eventos de Capacitación e Incubación a Touroperadores de Sonora Realizados | 2 | 2 | 4 | 2 | 10 | 10 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Informes de Gobierno | Existen condiciones para que se sumen nuevos Touroperadores al programa. |
| | | | Eventos de Capacitación e Incubación de Touroperadores de Sonora Programados*100 | 10 | 10 | 10 | 10 | | | | | | | | |
| A3C5 Realizar cursos de capacitación de actualización y licitación para diplomados de certificación de Guías de Turistas | Realización de cursos de actualización y licitación para diplomados de certificación de guías de turistas NOM08 Y NOM10 | Curso | Cursos de Capacitación y Actualización para Diplomados de Certificación Realizados | 0 | 2 | 0 | 4 | 6 | 6 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Informes de Gobierno | Existen condiciones para que se sumen nuevos Touroperadores al programa. |
| | | | Cursos de Capacitación y Actualización para Diplomados de Certificación Programados*100 | 6 | 6 | 6 | 6 | | | | | | | | |
| A4C5 Desarrollar integralmente el turismo en Sonora de acuerdo a la vocación de cada región y destino, a través de una mayor competitividad. | Programa de profesionalización y certificación para el desarrollo del turismo en Sonora | Curso | Eventos de Certificación Realizadas | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 12 | 100.00% | 10 | Ascendente | Trimestral | Certificados y Fotografías | Existen interés por parte de los prestadores de servicios de obtener alguna certificación. |
| | | | Eventos de Certificación Programadas*100 | 12 | 12 | 12 | 12 | | | | | | | | |

| Actividad | Descripción | Indicador | Objetivo | Valor Base | Valor Meta | Valor Real | Valor Real | Porcentaje | Comentarios | Impacto | Medios de Verificación | Observaciones |
|--|---|--|--------------|------------|------------|------------|------------|--|--|------------|--|--|
| A5C5 Realizar reuniones de negocio | Organización de reuniones de negocio para consolidación de las agencias locales fuera de la entidad | Reuniones de negocio para consolidar las agencias locales realizadas | Reunión | 0 | 1 | 0 | 1 | | | | | |
| | | Reuniones de negocios para consolidar las agencias locales Programadas*100 | | 2 | 2 | 2 | 2 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Fotografías de los eventos, hojas de registro, invitaciones. |
| A6C5 Realizar viajes de Interlocutores y Capacitación | Campaña en medios para la sensibilización del público Sonorense ante el turismo. | Cantidad reuniones | Reunión | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | | |
| | | Cantidad de reuniones programadas*100 | | 4 | 4 | 4 | 4 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Fotografías de los eventos, hojas de registro, invitaciones. |
| A7C5 Capacitaciones sobre atractivos turísticos | Capacitaciones a actores de la industria turística sobre los atractivos locales | Cantidad Capacitaciones | Capacitación | 0 | 2 | 2 | 1 | | | | | |
| | | Cantidad de capacitaciones programadas*100 | | 5 | 5 | 5 | 5 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Fotografías de los eventos, hojas de registro, invitaciones. |
| A8C5 Impulso al programa de desarrollo de empresas y productos turísticos en regiones indígenas. | Capacitación a empresas y productos turísticos en regiones indígenas (MIPYMES)) | Cantidad Capacitaciones | Capacitación | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | | |
| | | Cantidad de capacitaciones programadas*100 | | 4 | 4 | 4 | 4 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Fotografías de los eventos, hojas de registro, invitaciones. |
| A9C5 Programa de profesionalización y desarrollo de productos emergentes en Sonora | Programa de profesionalización y desarrollo de productos emergentes en Sonora | Cantidad programas | Programa | 0 | 1 | 1 | 0 | | | | | |
| | | Cantidad de programas programadas*100 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 200.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Fotografías de los eventos, hojas de registro, invitaciones. |
| A10C5 -Desarrollo del programa SEITSON | Desarrollo del programa SEITSON | Cantidad programas | Acción | 0 | 1 | 1 | 1 | | | | | |
| | | Cantidad de programas programadas*100 | | 3 | 3 | 3 | 3 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Fotografías de los eventos, hojas de registro, invitaciones. |
| A11C5 Registro Nacional de Turismo | Promover con las asociaciones y representantes de todo el sector turístico la inscripción y/o renovación al Registro Nacional de Turismo. | Realizar la promoción del Registro Nacional de Turismo | Vista | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | | |
| | | Promoción al Registro Nacional de Turismo programada*100 | | 4 | 4 | 4 | 4 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Hoja de registro, hojas de verificación |
| COMPONENTE 6 | Consolidar e impulsar la planeación integral y el seguimiento de los programas de la SECTUR | Cantidad reuniones | Reunión | 11 | 15 | 11 | 9 | | | | | |
| | | Cantidad de reuniones programadas*100 | | 28 | 28 | 28 | 28 | 164.29% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Hojas de registro y fotografías |
| A1C8 Certificación hospitalaria para el turismo médico | Fomento hospitalario para el turismo médico (Reuniones en Hermosillo o Virtuales) | Cantidad de reuniones | Reunión | 0 | 0 | 2 | 1 | | | | | |
| | | Cantidad de reuniones programadas*100 | | 3 | 3 | 3 | 3 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Hojas de Registro, fotografías, minutos |
| ACTIVIDADES | A2C6 Promoción e impulso al Programa de Tesoros de Sonora | Cantidad de reuniones | Reunión | 0 | 2 | 0 | 0 | | | | | |
| | | Cantidad de reuniones programadas*100 | | 2 | 2 | 2 | 2 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Hojas de Registro, fotografías, minutos |
| A3C6 Restauración y rediseño de las Rutas y destinos turísticos de Sonora | Rediseño de las rutas y destinos turísticos de Sonora | Cantidad de rutas rediseñadas | Reunión | 0 | 0 | 1 | 1 | | | | | |
| | | Cantidad de rutas programadas*100 | | 2 | 2 | 2 | 2 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Ascendente | Trimestral | Programa de Pueblos Mágicos |
| COMPONENTE 7 | Administrar de manera eficiente y oportuna los Recursos Financieros, Humanos y Materiales | (Cantidad de recursos/Cantidad de recursos programados)*100 | Porcentaje | 25 | 25 | 25 | 25 | | | | | |
| | | (Medición realizada del índice y resultados de los recursos federalizados) | | 100 | 100 | 100 | 100 | 100.00% | Línea Base 25 evaluaciones por trimestre de los diferentes rubros | Absoluto | Trimestral | Evaluaciones por rubro |
| ACTIVIDADES | A1C7 Seguimiento y medición de los recursos federalizados. | Índice de medición y resultados obtenidos de los recursos federalizados | Puntos | 0 | 0 | 0 | 0 | | | | | |
| | | Medición programada del índice y resultados de los recursos federalizados)*100 | | 100 | 100 | 100 | 100 | 0.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Absoluto | Trimestral | Índice de medición y resultados |
| A2C7 Índice de calidad en los informes trimestrales | Índices de calidad en los informes trimestrales | (Medición realizada del índice de calidad de los informes trimestrales) | Puntos | 100 | 99 | 100 | 100 | | | | | |
| | | Medición programada del índice de calidad de los informes trimestrales)*100 | | 399 | 100 | 399.00% | 399.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Absoluto | Trimestral | Índice de calidad de los informes trimestrales | Se cuenta con los recursos para medir la calidad. |
| COMPONENTE 8 | Reuniones del Comité Técnico para el Desarrollo de acciones estratégicas para la promoción turística en el Estado | (Número de reuniones realizadas) | Acción | 0 | 0 | 1 | 1 | | | | | |
| | | Número de reuniones programadas*100 | | 2 | 2 | 2 | 2 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Absoluto | Trimestral | Informes de trabajo |
| ACTIVIDADES | A1C8 Acciones de promoción y publicidad turística. | Acciones de promoción turística realizadas | Acción | 0 | 0 | 1 | 1 | | | | | |
| | | Acciones de promoción turística programadas *100 | | 2 | 2 | 2 | 2 | 100.00% | No se cuenta con línea base, la primera medición será la línea base. | Absoluto | Trimestral | Reportes de trabajo, imágenes, impresiones |

MTR.MARIO SADAM ZAIED LEYVA
Enlace validador de la Dependencia o Entidad

Notas:
1. Si el indicador es de tipo absoluto, solo se llena la tía del numerador.
2. Si el indicador no es ACUMULADO, el avance del periodo que se reporta (I, II, III, IV) se repetirá en la celda Avance Acumulado.
3. Se deberá llenar el formato Anexo MIH "Análisis Cualitativo de las Metas Programadas" de cada indicador. Ver formato en <https://hacienda.sonora.gob.mx/inanzas-publicas/programacion/documentos-de-apoyo/tormatos-mir/>