

11. Dirección Municipal de Promoción Turística

Programa Anual de Trabajo 2016

11.1 Profesionalización de los Prestadores de Servicios Turísticos (TUR-01)

<< Plan Municipal de Desarrollo 2014 - 2016 > Eje Rector: Un Durango Competitivo y Emprendedor > Objetivo: Hacer del Turismo un Factor de Desarrollo y un Motor de Crecimiento>
Estrategia: Profesionalizar los Servicios Turísticos con base en el Desarrollo de Competencias. >>

Descripción

Mediante este programa se implementarán políticas públicas encaminadas a fortalecer los conocimientos de los prestadores de servicios turísticos a través de tres programas: Durango Hospitalario, Durango Bilingüe y Durango Competitivo, dirigidos al fortalecimiento en los temas de calidad y calidez en el servicio, patrimonio turístico, hospitalidad, competitividad e inglés.

Objetivo

- » Generar una cultura de hospitalidad y calidad en el servicio entre los prestadores turísticos mediante la capacitación especializada, reeditando en la satisfacción de los visitantes y con ello en una promoción más efectiva basada en la comunicación positiva del viajero respecto a su experiencia.

Acciones, Metas e Indicadores

Acciones	Metas		Indicadores de Seguimiento (en porcentaje)
	Unidad	Cantidad	
Capacitar a los prestadores de servicios turísticos por medio del Programa Durango Hospitalario (TUR-01-01).	Capacitación	5	TUR-01-01 = (Número de capacitaciones realizadas / Total de capacitaciones programadas) * (100).
Capacitar a los prestadores de servicios turísticos mediante el Programa Durango Bilingüe (TUR-01-02).	Capacitación	2	TUR-01-02 = (Número de capacitaciones realizadas / Total de capacitaciones programadas) * (100).

H. Ayuntamiento del Municipio de Durango 2013-2016

Acciones	Metas		Indicadores de Seguimiento (en porcentaje)
	Unidad	Cantidad	
Capacitar a los prestadores de servicios turísticos por medio del Programa Durango Competitivo (TUR-01-03).	Capacitación	3	TUR-01-03 = (Número de capacitaciones realizadas / Total de capacitaciones programadas) * (100).
Indicador Global de profesionalización de los prestadores de servicios turísticos locales = (Sumatoria del porcentaje de avance a cada indicador considerado / Número de indicadores considerado).			

11.2 Cultura Turística (TUR-02)

<< Plan Municipal de Desarrollo 2014 - 2016 > Eje Rector: Un Durango Competitivo y Emprendedor > Objetivo: Hacer del Turismo un Factor de Desarrollo y un Motor de Crecimiento>
Estrategia: Oferta de Servicios turísticos que fortalezcan la identidad y la economía de Durango >>

Descripción

El programa Cultura Turística contempla la ejecución de acciones y programas encaminados a fomentar el conocimiento de la riqueza cultural, histórica y de patrimonio con que se cuenta en el Municipio.

Objetivo

- » Generar entre los duranguenses una mejor comprensión del turismo, que se manifieste en un cambio de actitud y mejor anfitronía hacia el visitante.

Programa Anual de Trabajo 2016

Acciones, Metas e Indicadores

Acciones	Metas		Indicadores de Seguimiento (en porcentaje)
	Unidad	Cantidad	
Llevar a cabo el Programa de Cultura Turística: Disfruta Durango, dirigido a los alumnos de todos los niveles educativos contanto con los participantes del grupo de Embajadores Turísticos (TUR-02-01).	Embajador	5,500	TUR-02-01 = (Número de embajadores atendidos / Total de embajadores considerados en el Programa) * (100).
Difundir entre los habitantes el patrimonio turístico, cultural, de naturaleza y gastronómico de Durango (TUR-02-02).	Acción	10	TUR-02-02 = (Número de acciones de difusión del patrimonio turístico realizadas / Total de acciones de difusión del patrimonio turístico programadas) * (100).
Indicador Global de Cultura Turística = (Sumatoria del porcentaje de avance a cada indicador considerado / Número de indicadores considerado).			

11.3 Promoción Turística (TUR-03)

<< Plan Municipal de Desarrollo 2014 - 2016 > Eje Rector: Un Durango Competitivo y Emprendedor > Objetivo: Hacer del Turismo un Factor de Desarrollo y un Motor de Crecimiento>
Estrategia: Implementar una estrategia integral de promoción turística >>

Descripción

Promover al municipio de Durango, sus productos y servicios, mediante campañas de publicidad y estrategias de relaciones públicas, como viajes de familiarización con agencias de viaje y medios de comunicación en el mercado regional, nacional e internacional, a través del trabajo conjunto del sector turístico.

H. Ayuntamiento del Municipio de Durango 2013-2016

Objetivo

- » Promocionar y dar a conocer la oferta turística de Durango, mediante una estrategia conjunta de los empresarios turísticos, privados y sociales, y las instituciones públicas vinculadas a este sector.

Acciones, Metas e Indicadores

Acciones	Metas		Indicadores de Seguimiento (en porcentaje)
	Unidad	Cantidad	
Llevar a cabo campañas de publicidad por temporadas vacacional: Semana Santa, Verano e Invierno (TUR-03-01).	Campaña	3	TUR-03-01 = (Número de campañas de publicidad realizadas / Total de campañas de publicidad programadas) * (100).
Generar estrategias de relaciones públicas y mercadotecnia para promover la oferta turística duranguense a sus mercados (TUR-03-02).	Acción	16	TUR-03-02 = (Número de acciones de promoción de la oferta turística realizadas / Total de acciones de promoción de la oferta turística programadas) * (100).
Editar material promocional en inglés y español (TUR-03-03).	Ejemplar	25,000	TUR-03-03 = (Número de ejemplares impresos distribuidos / Total de ejemplares programados) * (100).
Indicador Global de Promoción Turística = (Sumatoria del porcentaje de avance a cada indicador considerado / Número de indicadores considerado).			

Programa Anual de Trabajo 2016

11.4 Productos y Servicios Turísticos (TUR-04)

<< Plan Municipal de Desarrollo 2014 - 2016 > Eje Rector: Un Durango Competitivo y Emprendedor > Objetivo: Hacer del Turismo un Factor de Desarrollo y un Motor de Crecimiento>
Estrategia: Conformar un portafolio turístico para la promoción y atracción de turismo focalizado en productos y servicios específicos >>

Descripción

Mediante este programa se llevan a cabo acciones dirigidas a brindar atención al visitante de una manera eficaz y oportuna, así como propiciar a nivel público y privado la generación de más y mejores productos turísticos que enriquecen la oferta del destino.

Objetivos

- » Contribuir a generar la satisfacción del turista, a través de una información actualizada, oportuna y eficaz basada en folletos, atención personalizada, servicio telefónico, módulos móviles, recorridos en tranvía, orientadores turísticos y coordinación con diferentes órdenes de gobierno para la atención a connacionales.

Acciones, Metas e Indicadores

Acciones	Metas		Indicadores de Seguimiento (en porcentaje)
	Unidad	Cantidad	
Brindar atención a grupos de touroperadoras o turismo de reuniones, tanto nacionales como extranjeros (TUR-04-01).	Grupos	100	TUR-04-01 = (Número de grupos de touroperadoras o turismo de reuniones atendidos / Total de grupos de touroperadoras o turismo de reuniones considerados) * (100).
Llevar a cabo operativos de atención al visitante por temporada vacacional, mediante el Programa Pregúntame (TUR-04-02).	Operativo	3	TUR-04-02 = (Número de operativos de atención al visitante realizados / Total de operativos de atención al visitante programados) * (100).

H. Ayuntamiento del Municipio de Durango 2013-2016

Acciones	Metas		Indicadores de Seguimiento (en porcentaje)
	Unidad	Cantidad	
Brindar orientación e información al turista en el Centro de Atención al Visitante y Módulos Móviles de Información (TUR-04-03).	Persona Atendida	15,000	TUR-04-03 = (Número de personas atendida / Total de personas programadas) * (100).
Realizar el Estudio de Perfil del Visitante en cada temporada vacacional (TUR-04-04).	Estudio	3	TUR-04-04 = (Número de estudios realizados / Total de estudios programados) * (100).
Equipar y mejorar la imagen de los servicios turísticos (TUR-04-05).	Acción	3	TUR-04-05 = (Número de acciones realizadas / Total de acciones programadas) * (100).
Indicador Global de Productos y Servicios Turísticos = (Sumatoria del porcentaje de avance a cada indicador considerado / Número de indicadores considerado).			

11.5 Casa de la Plata (TUR-05)

<< Plan Municipal de Desarrollo 2014 - 2016 > Eje Rector: Un Durango Competitivo y Emprendedor > Objetivo: Hacer del Turismo un Factor de Desarrollo y un Motor de Crecimiento> Oferta de Servicios turísticos que fortalezcan la identidad y la economía de Durango >>

Descripción

Considerando que el Estado es uno de los principales productores de plata en el país, a través de la Casa de la Plata se fomenta la cultura, uso y transformación de este metal, impartiendo cursos, talleres y diplomados.

Programa Anual de Trabajo 2016

Objetivo

- » Formar artesanos en orfebrería, que vean en esta actividad una forma de vida que les permita apoyar su economía familiar, fortaleciendo a la vez la oferta turística duranguense con sus creaciones, impulsando además el desarrollo en el poblado La Ferrería.

Acciones, Metas e Indicadores

Acciones	Metas		Indicadores de Seguimiento (en porcentaje)
	Unidad	Cantidad	
Impartir cursos de capacitación para la elaboración de joyería de plata (TUR-05-01).	Curso-Taller	6	TUR-05-01 = (Número total de cursos-taller realizados / Total de cursos-taller programados) * (100).
Implementar un programa de equipamiento y mejora de las instalaciones de la Casa de la Plata (TUR-05-02).	Programa	1	TUR-05-02 = (Número de acciones del Programa realizadas / Total de acciones programadas) * (100).
Indicador Global de Casa de la Plata = (Sumatoria del porcentaje de avance a cada indicador considerado / Número de indicadores considerado)			