

# Programación BASE | 2021

<b>Unidad Responsable</b>	<b>05P0PT</b>	<b>FONDO MIXTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA</b>
---------------------------	---------------	---

Planeación Estratégica Marco	
<b>Misión</b>	Promocionar y difundir a la Ciudad de México y la marca CDMX Ciudad de México como destino turístico competitivo a nivel nacional e internacional, impulsando los diferentes proyectos para fomentar el desarrollo del Sector Turismo.
<b>Diagnóstico General</b>	El turismo tiene una gran importancia para la economía de la Ciudad de México, como proveedora de servicios y en su contribución a la construcción de comunidades globales, comprensivas y tolerantes. Se ha trabajado poco en la desconcentración de los servicios turísticos en el territorio, aun cuando hay zonas que poseen gran potencial histórico, cultural o natural cuyo desarrollo podría impulsar la generación de empleos verdes.
<b>Visión</b>	Posicionar al Fideicomiso como un organismo líder en la promoción de la Ciudad de México, a través de la marca CDMX Ciudad de México, como destino turístico en estrecha vinculación con los sectores público, privado y social que convergen en la industria del turismo.
<b>Objetivo Estratégico</b>	Promover la actividad turística y la generación de empleos verdes para apoyar la inclusión de los sectores vulnerables a la economía productiva, y a su vez posicionarla como un derecho de los habitantes de la ciudad para mejorar su calidad de vida, reforzando los elementos identitarios y el tejido social; incorporar la actividad turística a la población de la Ciudad de México en calidad de usuarios, además de integrar los sitios de interés a las zonas que poseen potencial turístico y que se localizan fuera de las tradicionalmente visitadas.

Programa Presupuestario y su Alineación											
<b>Programa Presupuestario</b>		<b>F022</b>		<b>F022_DESARROLLO, PROMOCIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y SU MARCA CDMX</b>							
<b>Objetivo</b>		Lograr una eficiente planeación y evaluación de proyectos para incentivar el desarrollo del sector turismo en la Ciudad de México.									
<b>Alineación al Programa de Gobierno 2019- 2024</b>		<b>EJE</b>	<b>2</b>	<b>Ciudad Sustentable</b>				<b>Alineación al Objetivo del Desarrollo Sostenible</b>	<b>16</b>		
		<b>SUB EJE</b>	<b>1</b>	<b>Desarrollo económico sustentable e incluyente y generación</b>							
		<b>SUBSUB EJE</b>	<b>5</b>	<b>Fomento al turismo</b>							
<b>Finalidad</b>	<b>3</b>	<b>Desarrollo Económico</b>	<b>Función</b>	<b>7</b>	<b>Turismo</b>	<b>Subfunción</b>	<b>1</b>	<b>Turismo</b>	<b>Actividad Institucional</b>	<b>079</b>	<b>Promoción y fomento del turismo</b>

Planeación Operativa	
<b>Problema Definido</b>	Insuficiente planeación y evaluación de proyectos que cuenten con información en tiempo y forma de cada proyecto para impulsar la promoción y desarrollo del turismo de la Ciudad de México.
<b>Población Objetivo o de Enfoque</b>	La población de la Ciudad de México, específicamente los trabajadores de la industria turística de la ciudad (hoteles, restaurantes, agencias de viajes, transportación terrestre turístico, guías de turistas).
<b>Objetivos Operativos</b>	1.Planeación y análisis de proyectos y acciones autorizadas para corregir desviaciones y/o proponer adecuaciones para su ejecución 2. Coordinar, compilar, planear y evaluar los proyectos de promoción y posicionamiento turístico de la Ciudad de México y su marca CDMX.
<b>Valor Público Generado</b>	Posicionamiento de la ciudad como destino turístico generando el desarrollo económico de la Ciudad de México.

# Programación BASE | 2021

<b>Unidad Responsable</b>	<b>05P0PT</b>	<b>FONDO MIXTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA</b>
---------------------------	---------------	---

Plan de Acción del Programa Presupuestario				
Meta Física Proyectada	Definición de la Meta	Indicador de la Meta	Unidad de Medida	Medios de Verificación
50	Presencia en eventos para promocionar y/o posicionar la Ciudad de México y su marca CDMX generación de impactos a potenciales visitantes a la CDMX y a la industria turística	Presencia en eventos para promocionar y/o posicionar la marca/Impactos a potenciales visitantes a la CDMX y a la industria turística	Acción	Reporte Ejecutivo por Campaña y por evento
<b>1er Trimestre Meta Programada</b>		<b>2do Trimestre Meta Programada</b>		<b>3er Trimestre Meta Programada</b>
5		15		20
<b>4to Trimestre Meta Programada</b>		<b>4to Trimestre Meta Programada</b>		
10				
<b>Meta Proyectada a Mediano y Largo Plazo</b>		<b>Valor Público previsto a mediano y largo plazo producto de la intervención gubernamental</b>		
Posicionar a la Ciudad de México como principal destino turístico, así como sus festivales. Así como posicionar la marca CDMX		Incrementar el número de visitantes, reactivar con ingreso al sector industrial, generación de empleos, incremento en el impuesto al hospedaje.		
<b>Número de Acciones a Desarrollar</b>		<b>2 Acciones</b>		
<b>Acción 1</b>		<b>Responsable (s)</b>		
Campaña Nacional de Promoción Turística en Medios Exteriores Campaña Nacional de Promoción Turística en Medios Digitales Campaña Nacional de Promoción Turística en Medios Impresos Campaña Internacional de Promoción Turística en Medios Digitales Campaña Internacional de Promoción Turística en Medios Impresos		Nombre (s)	José Daniel Hernández Uribe/Karla Gutiérrez Ahrensburg/Giovanny Melgar Hernández/ Federico Peña Arteaga / Claudia Anaya Aguilar	
		Cargo	Director de Planeación Comercial/Directora de Gestión Operativa/Director de Congresos y Convenciones/Director de Evaluación e Información Estratégica/ Subdirectora de Evaluación de Proyectos	
<b>Acción 2</b>		<b>Responsable (s)</b>		
Creación de Contenidos, Activaciones, Presencia de la marca en grandes eventos, Actividades de promoción en Eventos y Festivales		Nombre (s)	José Daniel Hernández Uribe/Karla Gutiérrez Ahrensburg/Giovanny Melgar Hernández/ Federico Peña Arteaga / Claudia Anaya Aguilar	
		Cargo	Director de Planeación Comercial/Directora de Gestión Operativa/Director de Congresos y Convenciones/Director de Evaluación e Información Estratégica/ Subdirectora de Evaluación de Proyectos	
Nota: la información contenida en el presente fue proporcionada por el Director de Evaluación e Información Estratégica de la Entidad, la Dirección de Administración y la Subdirección de Finanzas, únicamente suscriben el presente documento en cumplimiento a lo establecido en el Manual proporcionado por esa Subsecretaría.				

ELABORÓ

Lic. Verónica Gabriela Tinoco Morales  
Subdirectora de Finanzas

AUTORIZÓ

Lic. Rafael Hernández Alarcón  
Director de Administración

# Programación BASE | 2021

<b>Unidad Responsable</b>	<b>05P0PT</b>	<b>FONDO MIXTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA</b>
---------------------------	---------------	---

## Planeación Estratégica Marco

<b>Misión</b>	Promociona y difundir a la Ciudad de México y la marca CDMX Ciudad de México como destino turístico competitivo a nivel nacional e internacional, impulsando los diferentes proyectos para fomentar el desarrollo del Sector Turismo.
<b>Diagnóstico General</b>	El turismo tiene una gran importancia para la economía de la Ciudad de México, como proveedora de servicios y en su contribución a la construcción de comunidades globales, comprensivas y tolerantes. Se ha trabajado poco en la desconcentración de los servicios turísticos en el territorio, aun cuando hay zonas que poseen gran potencial histórico, cultural o natural cuyo desarrollo podría impulsar la generación de empleos verdes.
<b>Visión</b>	Posicionar al Fideicomiso como un organismo líder en la promoción de la Ciudad de México, a través de la marca CDMX Ciudad de México, como destino turístico en estrecha vinculación con los sectores público, privado y social que convergen en la industria del turismo.
<b>Objetivo Estratégico</b>	Promover la actividad turística y la generación de empleos verdes para apoyar la inclusión de los sectores vulnerables a la economía productiva, y a su vez posicionarla como un derecho de los habitantes de la ciudad para mejorar su calidad de vida, reforzando los elementos identitarios y el tejido social; incorporar la actividad turística a la población de la Ciudad de México en calidad de usuarios, además de integrar los sitios de interés a las zonas que poseen potencial turístico y que se localizan fuera de las tradicionalmente visitadas.

## Programa Presupuestario y su Alineación

<b>Programa Presupuestario</b>	<b>M001</b>	<b>M001_ACTIVIDADES DE APOYO ADMINISTRATIVO</b>									
<b>Objetivo</b>	Cumplimiento estricto a la normatividad en materia laboral.										
<b>Alineación al Programa de Gobierno 2019- 2024</b>	<b>EJE</b>	<b>6</b>	<b>Ciencia, Innovación y Transparencia</b>			<b>Alineación al Objetivo del Desarrollo Sostenible</b>	<b>16</b>				
	<b>SUB EJE</b>	<b>3</b>	<b>Gobierno Abierto</b>				Paz, justicia e instituciones sólidas				
	<b>SUBSUB EJE</b>	<b>2</b>	<b>Controles al ejercicio del gobierno</b>								
<b>Finalidad</b>	<b>3</b>	Desarrollo Económico	<b>Función</b>	<b>7</b>	Turismo	<b>Subfunción</b>	<b>1</b>	Turismo	<b>Actividad Institucional</b>	<b>104</b>	Administración de capital humano

## Planeación Operativa

<b>Problema Definido</b>	Vulnerabilidad de los servidores públicos respecto al pago oportuno de nómina y liquidaciones conforme a las condiciones contractuales establecidas en la Entidad. Insuficiencia de recursos.
<b>Población Objetivo o de Enfoque</b>	Capital Humano adscrito al Fondo Mixto de Promoción Turística
<b>Objetivos Operativos</b>	Procesamiento expedito de la nómina del personal adscrito al Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México. Procesamiento expedito de las liquidaciones del personal que causa baja del Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México.
<b>Valor Público Generado</b>	Atención oportuna y profesional de los servidores públicos para la población. Mitigación de riesgo por cargas financieras en contra del erario público.

# Programación BASE 2021

Unidad Responsable		05P0PT FONDO MIXTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA			
Plan de Acción del Programa Presupuestario					
Meta Física Proyectada	Definición de la Meta	Indicador de la Meta	Unidad de Medida	Medios de Verificación	
4	Utilización total de los recursos para el pago de la nómina los servidores públicos	Porcentaje de presupuesto ejercido/Porcentaje de presupuesto programado	Acción	Registros administrativos de la Dirección de Administración	
1er Trimestre Meta Programada		2do Trimestre Meta Programada		3er Trimestre Meta Programada	
1		1		1	
Meta Proyectada a Mediano y Largo Plazo			Valor Público previsto a mediano y largo plazo producto de la intervención gubernamental		
Implementación de controles internos relativos al procedimiento de terminación de relaciones laborales entre los servidores públicos y la Entidad, a fin de dar estricto cumplimiento a las condiciones contractuales.			Atención oportuna y profesional de los servidores públicos para la población. Mitigación de riesgo por cargas financieras en contra del erario público.		
Número de Acciones a Desarrollar			1 Acción		
Acción 1			Responsable(s)		
Procesamiento expedito de la nómina de los servidores públicos y la Entidad			Nombre (s)	Rafael Hernández Alarcón / José Gregorio Martínez Gómez	
			Cargo	Director de Administración / Subdirector de Capital Humano	
Acción 2			Responsable(s)		
Procedimiento específico para la terminación de relaciones laborales entre los servidores públicos y la Entidad			Nombre (s)	Rafael Hernández Alarcón / José Gregorio Martínez Gómez	
			Cargo	Director de Administración / Subdirector de Capital Humano	

ELABORÓ

Lic. Verónica Gabriela Tinoco Morales  
Subdirectora de Finanzas

AUTORIZÓ

Lic. Rafael Hernández Alarcón  
Director de Administración

# Programación BASE | 2021

<b>Unidad Responsable</b>	<b>05P0PT</b>	<b>FONDO MIXTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA</b>
---------------------------	---------------	---

## Planeación Estratégica Marco

<b>Misión</b>	Promociona y difundir a la Ciudad de México y la marca CDMX Ciudad de México como destino turístico competitivo a nivel nacional e internacional, impulsando los diferentes proyectos para fomentar el desarrollo del Sector Turismo.
<b>Diagnóstico General</b>	El turismo tiene una gran importancia para la economía de la Ciudad de México, como proveedora de servicios y en su contribución a la construcción de comunidades globales, comprensivas y tolerantes. Se ha trabajado poco en la desconcentración de los servicios turísticos en el territorio, aun cuando hay zonas que poseen gran potencial histórico, cultural o natural cuyo desarrollo podría impulsar la generación de empleos verdes.
<b>Visión</b>	Posicionar al Fideicomiso como un organismo líder en la promoción de la Ciudad de México, a través de la marca CDMX Ciudad de México, como destino turístico en estrecha vinculación con los sectores público, privado y social que convergen en la industria del turismo.
<b>Objetivo Estratégico</b>	Promover la actividad turística y la generación de empleos verdes para apoyar la inclusión de los sectores vulnerables a la economía productiva, y a su vez posicionarla como un derecho de los habitantes de la ciudad para mejorar su calidad de vida, reforzando los elementos identitarios y el tejido social; incorporar la actividad turística a la población de la Ciudad de México en calidad de usuarios, además de integrar los sitios de interés a las zonas que poseen potencial turístico y que se localizan fuera de las tradicionalmente visitadas.

## Programa Presupuestario y su Alineación

<b>Programa Presupuestario</b>	<b>N001</b>	<b>N001_CUMPLIMIENTO DE LOS PROGRAMAS DE PROTECCIÓN CIVIL</b>									
<b>Objetivo</b>	Resguardar la seguridad e integridad del personal adscrito al Fondo Mixto de Promoción Turística, proveedores de servicios, visitantes, así como de los turistas nacionales y extranjeros que acuden a sus instalaciones.										
<b>Alineación al Programa de Gobierno 2019-2024</b>	<b>EJE</b>	<b>5</b>	<b>Cero Agresión y Más Seguridad</b>			<b>Alineación al Objetivo del Desarrollo Sostenible</b>	<b>16</b>				
	<b>SUB EJE</b>	<b>3</b>	<b>Protección civil</b>				Paz, justicia e instituciones sólidas				
	<b>SUBSUB EJE</b>	<b>1</b>	<b>Sistema de Gestión Integral de Riesgos</b>								
<b>Finalidad</b>	<b>1</b>	Gobierno	<b>Función</b>	<b>7</b>	Asuntos De Orden Público Y De Seguridad Interior	<b>Subfunción</b>	<b>2</b>	Protección Civil	<b>Actividad Institucional</b>	<b>002</b>	Gestión integral de riesgos en materia de protección civil

## Planeación Operativa

<b>Problema Definido</b>	Riesgo latente en la seguridad integral del personal adscrito al Fondo Mixto de Promoción Turística y a la población en general, debido a fenómenos naturales y/o provocados por el ser humano en la Ciudad de México.
<b>Población Objetivo o de Enfoque</b>	Servidores Públicos con enfoque a una mejora en el proceso de interacción con proveedores, prestadores de servicios y público en general.
<b>Objetivos Operativos</b>	1.-Implementar un programa de capacitación en materia de la Gestión Integral de Riesgos y Desastres. 2.-Dotar al Fondo Mixto de Promoción Turística de los insumos requeridos para el programa de la Gestión Integral de Riesgos y Desastres.
<b>Valor Público Generado</b>	Capacidad de respuesta para el personal adscrito al Fondo Mixto de Promoción Turística ante una situación de riesgo o desastre en su lugar de trabajo, hogar y espacios públicos.

# Programación BASE | 2021

Unidad Responsable		05P0PT FONDO MIXTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA			
Plan de Acción del Programa Presupuestario					
Meta Física Proyectada	Definición de la Meta	Indicador de la Meta	Unidad de Medida	Medios de Verificación	
3	Servidores públicos capacitados en la Gestión Integral de Riesgos y Desastres.	(Servidores públicos capacitados del Fondo/Servidores públicos total del Fondo)	Acción	Programa Interno de Protección Civil Evaluaciones a personal capacitado Simulacros,	
1er Trimestre Meta Programada		2do Trimestre Meta Programada		3er Trimestre Meta Programada	
				1	
4to Trimestre Meta Programada				3	
Meta Proyectada a Mediano y Largo Plazo			Valor Público previsto a mediano y largo plazo producto de la intervención gubernamental		
Servidores públicos con capacitación constante, actualizados en las medidas de prevención y atención de riesgos y desastres.			Fortalecer el desarrollo de sistemas de prevención con la participación de la ciudadanía en coordinación con los servidores públicos.		
Número de Acciones a Desarrollar			2 Acciones		
Acción 1			Responsable(s)		
Elaboración del Programa Integral de Protección Civil del Fondo Mixto de Promoción Turística			Nombre (s)	Rafael Hernández Alarcón/Eduardo Enrique Cisneros Contreras	
			Cargo	Director de Administración/Subdirector de Recursos Materiales, Abastecimientos y Servicios.	
Acción 2			Responsable(s)		
Capacitación en materia de Protección Civil a los servidores públicos adscritos a la Entidad.			Nombre (s)	Rafael Hernández Alarcón/Eduardo Enrique Cisneros Contreras	
			Cargo	Director de Administración/Subdirector de Recursos Materiales, Abastecimientos y Servicios.	
Acción 3			Responsable(s)		
Adquirir los insumos necesarios para el personal del Fondo de Promoción Turística para hacer frente a riesgos y desastres (botiquín, señalización, etc.)			Nombre (s)	Rafael Hernández Alarcón/Eduardo Enrique Cisneros Contreras	
			Cargo	Director de Administración/Subdirector de Recursos Materiales, Abastecimientos y Servicios.	

ELABORÓ

Lic. Verónica Fabiola Tinoco Morales  
Subdirectora de Finanzas

AUTORIZÓ

Lic. Rafael Hernández Alarcón  
Director de Administración

# Programación BASE | 2021

<b>Unidad Responsable</b>	<b>05P0PT</b>	<b>FONDO MIXTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA</b>
---------------------------	---------------	---

## Planeación Estratégica Marco

<b>Misión</b>	Promociona y difunde a la Ciudad de México y la marca CDMX Ciudad de México como destino turístico competitivo a nivel nacional e internacional, impulsando los diferentes proyectos para fomentar el desarrollo del Sector Turismo.
<b>Diagnóstico General</b>	El turismo tiene una gran importancia para la economía de la Ciudad de México, como proveedora de servicios y en su contribución a la construcción de comunidades globales, comprensivas y tolerantes. Se ha trabajado poco en la desconcentración de los servicios turísticos en el territorio, aun cuando hay zonas que poseen gran potencial histórico, cultural o natural cuyo desarrollo podría impulsar la generación de empleos verdes.
<b>Visión</b>	Posicionar al Fideicomiso como un organismo líder en la promoción de la Ciudad de México, a través de la marca CDMX Ciudad de México, como destino turístico en estrecha vinculación con los sectores público, privado y social que convergen en la industria del turismo.
<b>Objetivo Estratégico</b>	Promover la actividad turística y la generación de empleos verdes para apoyar la inclusión de los sectores vulnerables a la economía productiva, y a su vez posicionarla como un derecho de los habitantes de la ciudad para mejorar su calidad de vida, reforzando los elementos identitarios y el tejido social; incorporar la actividad turística a la población de la Ciudad de México en calidad de usuarios, además de integrar los sitios de interés a las zonas que poseen potencial turístico y que se localizan fuera de las tradicionalmente visitadas.

## Programa Presupuestario y su Alineación

<b>Programa Presupuestario</b>	<b>O001</b>	<b>O001_ACTIVIDADES DE APOYO A LA FUNCIÓN PÚBLICA Y BUEN GOBIERNO</b>									
<b>Objetivo</b>	Prevenir, planear y programar con la debida antelación, la realización de los procedimientos de contratación en materia de adquisición de bienes y/o contratación de servicios, para m										
<b>Alineación al Programa de Gobierno 2019- 2024</b>	<b>EJE</b>	<b>6</b>	<b>Ciencia, Innovación y Transparencia</b>					<b>Alineación al Objetivo del Desarrollo Sostenible</b>	<b>16</b>		
	<b>SUB EJE</b>	<b>3</b>	<b>Gobierno Abierto</b>						Paz, justicia e instituciones sólidas		
	<b>SUBSUB EJE</b>	<b>2</b>	<b>Controles al ejercicio del gobierno</b>								
<b>Finalidad</b>	<b>1</b>	Gobierno	<b>Función</b>	<b>3</b>	Coordinación De La Política De Gobierno	<b>Subfunción</b>	<b>4</b>	Función Pública	<b>Actividad Institucional</b>	<b>001</b>	Función pública y buen gobierno

## Planeación Operativa

<b>Problema Definido</b>	Insuficiente alcance de la información relativa a la promoción turística de la Ciudad de México y su marca CDMX para la población nacional y extranjera.
<b>Población Objetivo o de Enfoque</b>	Transeúntes, turistas nacionales y extranjeros que acuden a las actividades que realiza el Fondo Mixto de Promoción Turística in situ y extra situ.
<b>Objetivos Operativos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Dotar al Fondo Mixto de Promoción Turística de los bienes y servicios requeridos en tiempo y forma</li> <li>Contar con una red de telecomunicaciones óptima para que se brinde información al público solicitante en materia de turismo</li> <li>Contar con equipo de cómputo óptimo y actualizado para otorgar la información requerida por los visitantes</li> <li>Mantener en óptimas condiciones los bienes muebles, áreas de uso común, áreas sanitarias, y de fácil accesibilidad para las personas visitantes del Fondo Mixto de Promoción Turística</li> </ol>
<b>Valor Público Generado</b>	Información oportuna, veraz y de fácil acceso físico y electrónico a la población en general.

# Programación BASE | 2021

Unidad Responsable		05P0PT FONDO MIXTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA			
Plan de Acción del Programa Presupuestario					
Meta Física Proyectada	Definición de la Meta	Indicador de la Meta	Unidad de Medida	Medios de Verificación	
4	Que el Fondo Mixto de Promoción Turística cuente con los bienes y servicios necesarios que proporcionen las mejores condiciones de salubridad, acceso y uso de sus instalaciones para el cumplimiento de su operación.	Suministro de bienes y servicios contratados/suministro de bienes y servicios requerido	Acción	Supervisión de la operación y funcionamiento adecuado de las instalaciones del Fondo Mixto de Promoción Turística	
1er Trimestre Meta Programada		2do Trimestre Meta Programada		3er Trimestre Meta Programada	
1		1		1	
Meta Proyectada a Mediano y Largo Plazo			Valor Público previsto a mediano y largo plazo producto de la intervención gubernamental		
Proporcionar atención oportuna a los requerimientos de las unidades administrativas que conforman el Fondo Mixto de Promoción Turística, a fin de optimizar las actividades de promoción turística de la Ciudad de México y su marca CDMX.			Mayor y mejor comunicación personal y electrónica, que atienda las necesidades en materia de promoción turística de la Ciudad de México y su marca CDMX.		
Número de Acciones a Desarrollar			1 Acción		
Acción 1			Responsable(s)		
Adquirir bienes y contratar servicios, para que el personal de la Entidad cumpla con las funciones encomendadas, en el marco de las atribuciones del Fondo Mixto de Promoción Turística			Nombre (s)	Rafael Hernández Alarcón/Eduardo Enrique Cisneros Contreras	
			Cargo	Director de Administración/Subdirector de Recursos Materiales, Abastecimientos y Servicios.	

ELABORÓ

Lic. Verónica Gabriela Tinoco Morales  
Subdirectora de Finanzas

AUTORIZÓ

Lic. Rafael Hernández Alarcón  
Director de Administración

# Programación BASE | 2021

<b>Unidad Responsable</b>	<b>05P0PT</b>	<b>FONDO MIXTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA</b>
---------------------------	---------------	---

## Planeación Estratégica Marco

<b>Misión</b>	Promociona y difunde a la Ciudad de México y la marca CDMX Ciudad de México como destino turístico competitivo a nivel nacional e internacional, impulsando los diferentes proyectos para fomentar el desarrollo del Sector Turismo.
<b>Diagnóstico General</b>	El turismo tiene una gran importancia para la economía de la Ciudad de México, como proveedora de servicios y en su contribución a la construcción de comunidades globales, comprensivas y tolerantes. Se ha trabajado poco en la desconcentración de los servicios turísticos en el territorio, aun cuando hay zonas que poseen gran potencial histórico, cultural o natural cuyo desarrollo podría impulsar la generación de empleos verdes.
<b>Visión</b>	Posicionar al Fideicomiso como un organismo líder en la promoción de la Ciudad de México, a través de la marca CDMX Ciudad de México, como destino turístico en estrecha vinculación con los sectores público, privado y social que convergen en la industria del turismo.
<b>Objetivo Estratégico</b>	Promover la actividad turística y la generación de empleos verdes para apoyar la inclusión de los sectores vulnerables a la economía productiva, y a su vez posicionarla como un derecho de los habitantes de la ciudad para mejorar su calidad de vida, reforzando los elementos identitarios y el tejido social; incorporar la actividad turística a la población de la Ciudad de México en calidad de usuarios, además de integrar los sitios de interés a las zonas que poseen potencial turístico y que se localizan fuera de las tradicionalmente visitadas.

## Programa Presupuestario y su Alineación

<b>Programa Presupuestario</b>	<b>P001</b>	<b>P001_PROMOCIÓN INTEGRAL PARA EL CUMPLIMIENTO DE LOS DERECHOS HUMANOS DE LAS NIÑAS Y MUJERES</b>									
<b>Objetivo</b>	Sensibilizar y capacitar a personas servidoras públicas sobre la cultura de no discriminación, el respeto, la inclusión y la diversidad, así como la igualdad entre los géneros.										
<b>Alineación al Programa de Gobierno 2019- 2024</b>	<b>EJE</b>	<b>1</b>	<b>Igualdad y Derechos</b>				<b>Alineación al Objetivo del Desarrollo Sostenible</b>	<b>5</b>			
	<b>SUB EJE</b>	<b>5</b>	<b>Derechos de las mujeres</b>					Igualdad de género			
	<b>SUBSUB EJE</b>	<b>0</b>	<b>Derechos de las mujeres</b>								
<b>Finalidad</b>	<b>1</b>	Gobierno	<b>Función</b>	<b>2</b>	Justicia	<b>Subfunción</b>	<b>4</b>	Derechos Humanos	<b>Actividad Institucional</b>	<b>003</b>	Transversalización de la perspectiva de género

## Planeación Operativa

<b>Problema Definido</b>	Insuficientes acciones de sensibilización y capacitación a personas servidoras públicas sobre la cultura de no discriminación, el respeto, la inclusión y la diversidad, así como la igualdad entre los géneros.
<b>Población Objetivo o de Enfoque</b>	Servidores Públicos con enfoque a una mejora en el proceso de interacción con proveedores, prestadores de servicios y público en general.
<b>Objetivos Operativos</b>	1.- Dar cumplimiento a la normatividad administrativa en materia de procedimientos administrativos de contratación. 2.- Vigilar el cumplimiento de la normatividad y políticas públicas en materia de derechos humanos e igualdad sustantiva, para la difusión y concientización durante el ejercicio 2021, de temas sobre la materia, mediante el uso de diversos medios o instrumentos, tanto físicos como digitales.
<b>Valor Público Generado</b>	Respeto de los derechos humanos de las niñas y mujeres con trato igualitario y sin discriminación.

# Programación BASE | 2021

<b>Unidad Responsable</b>	<b>05P0PT</b>	<b>FONDO MIXTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA</b>
---------------------------	---------------	---

Plan de Acción del Programa Presupuestario				
Meta Física Proyectada	Definición de la Meta	Indicador de la Meta	Unidad de Medida	Medios de Verificación
80	Sensibilización sobre discriminación e igualdad de género a servidores públicos.	(Servidores Públicos Sensibilizados/Servidores Públicos Registrados)*100	Porcentaje	Registros internos Material de difusión
<b>1er Trimestre Meta Programada</b>		<b>2do Trimestre Meta Programada</b>		<b>3er Trimestre Meta Programada</b>
0%		40%		60%
<b>4to Trimestre Meta Programada</b>		<b>80%</b>		
<b>Meta Proyectada a Mediano y Largo Plazo</b>			<b>Valor Público previsto a mediano y largo plazo producto de la intervención gubernamental</b>	
Sensibilización de las personas servidoras públicas del Ente y aplicación en sus actividades cotidianas.			Eficiente asignación de recursos dado que el valor que genera la sensibilización en el servidor público se trasladará del actuar gubernamental a la ida cotidiana, con lo cual se coadyuvará a alcanzar la igualdad de género en el largo plazo.	
<b>Número de Acciones a Desarrollar</b>			<b>1 Acción</b>	
<b>Acción 1</b>			<b>Responsable(s)</b>	
Acciones permanentes de sensibilización respecto a la igualdad de géneros en el desempeño de las funciones de los servidores públicos de la Entidad. Talleres, cursos, difusión de normatividad, programas, acciones, eventos, entre otros vinculada a la igualdad de géneros; entre otros)			<b>Nombre (s)</b>	Rafael Hernández Alarcón / José Gregorio Martínez Gómez
			<b>Cargo</b>	Director de Administración / Subdirector de Capital Humano

ELABORÓ

Lic. Verónica Patricia Tinoco Morales  
Subdirectora de Finanzas

AUTORIZÓ

Lic. Rafael Hernández Alarcón  
Director de Administración

# Programación BASE | 2021

<b>Unidad Responsable</b>	<b>05P0PT</b>	<b>FONDO MIXTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA</b>
---------------------------	---------------	---

## Planeación Estratégica Marco

<b>Misión</b>	Promociona y difunde a la Ciudad de México y la marca CDMX Ciudad de México como destino turístico competitivo a nivel nacional e internacional, impulsando los diferentes proyectos para fomentar el desarrollo del Sector Turismo.
<b>Diagnóstico General</b>	El turismo tiene una gran importancia para la economía de la Ciudad de México, como proveedora de servicios y en su contribución a la construcción de comunidades globales, comprensivas y tolerantes. Se ha trabajado poco en la desconcentración de los servicios turísticos en el territorio, aun cuando hay zonas que poseen gran potencial histórico, cultural o natural cuyo desarrollo podría impulsar la generación de empleos verdes.
<b>Visión</b>	Posicionar al Fideicomiso como un organismo líder en la promoción de la Ciudad de México, a través de la marca CDMX Ciudad de México, como destino turístico en estrecha vinculación con los sectores público, privado y social que convergen en la industria del turismo.
<b>Objetivo Estratégico</b>	Promover la actividad turística y la generación de empleos verdes para apoyar la inclusión de los sectores vulnerables a la economía productiva, y a su vez posicionarla como un derecho de los habitantes de la ciudad para mejorar su calidad de vida, reforzando los elementos identitarios y el tejido social; incorporar la actividad turística a la población de la Ciudad de México en calidad de usuarios, además de integrar los sitios de interés a las zonas que poseen potencial turístico y que se localizan fuera de las tradicionalmente visitadas.

## Programa Presupuestario y su Alineación

<b>Programa Presupuestario</b>	<b>P002</b>	<b>P002_PROMOCIÓN INTEGRAL PARA EL CUMPLIMIENTO DE LOS DERECHOS HUMANOS</b>									
<b>Objetivo</b>	Sensibilizar y capacitar a personas servidoras públicas sobre la cultura de no discriminación y derechos humanos, a efecto de lograr un efecto multiplicador en la población en general.										
<b>Alineación al Programa de Gobierno 2019-2024</b>	<b>EJE</b>	<b>1</b>	<b>Igualdad y Derechos</b>				<b>Alineación al Objetivo del Desarrollo Sostenible</b>	<b>10</b>			
	<b>SUB EJE</b>	<b>6</b>	<b>Derecho a la igualdad e inclusión</b>					Reducción de las desigualdades			
	<b>SUBSUB EJE</b>	<b>0</b>	<b>Derecho a la igualdad e inclusión</b>								
<b>Finalidad</b>	<b>1</b>	Gobierno	<b>Función</b>	<b>2</b>	Justicia	<b>Subfunción</b>	<b>4</b>	Derechos Humanos	<b>Actividad Institucional</b>	<b>004</b>	Transversalización del enfoque de derechos humanos

## Planeación Operativa

<b>Problema Definido</b>	Carencia de sensibilidad por parte de la ciudadanía en su actuar, para el respeto y cumplimiento en materia no discriminación y derechos humanos de la población de la Ciudad de México.
<b>Población Objetivo o de Enfoque</b>	Servidores Públicos con enfoque a una mejora en el proceso de interacción con proveedores, prestadores de servicios y público en general.
<b>Objetivos Operativos</b>	Implementar un programa de capacitación para la difusión y concientización durante el ejercicio 2021, de temas sobre la materia, mediante el uso de diversos medios o instrumentos, tanto físicos como digitales.
<b>Valor Público Generado</b>	Respeto de los derechos humanos entre los habitantes de la Ciudad de México y al Turismo Nacional e Internacional.

# Programación BASE | 2021

Unidad Responsable		05P0PT FONDO MIXTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA			
Plan de Acción del Programa Presupuestario					
Meta Física Proyectada	Definición de la Meta	Indicador de la Meta	Unidad de Medida	Medios de Verificación	
80%	Implementación de un programa de capacitación permanente de concientización, durante el ejercicio 2021 en materia de no discriminación y derechos humanos.	(Servidores Públicos Capacitados/Servidores Públicos Registrados)*100	Porcentaje	Evaluación al personal capacitado. Material de difusión	
1er Trimestre Meta Programada		2do Trimestre Meta Programada		3er Trimestre Meta Programada	
0%		40%		60%	
Meta Proyectada a Mediano y Largo Plazo			Valor Público previsto a mediano y largo plazo producto de la intervención gubernamental		
Difusión de temas relativos a igualdad, inclusión y derechos humanos, con el fin de concientizar al personal del Fondo Mixto de Promoción Turística sobre la importancia de los mismos.			Actuación de los trabajadores del Fondo Mixto de Promoción Turística con visión de derechos humanos tanto en su interacción interna, como en la prestación de servicios a los habitantes de la Ciudad de México, y al Turismo Nacional e Internacional		
Número de Acciones a Desarrollar			Acciones	Responsable(s)	
<b>Acción 1</b>					
Programa anual en materia de no discriminación y derechos humanos a través de capacitación dirigida a los servidores públicos de la Entidad, mediante el uso de diversos medios o instrumentos, tanto físicos como digitales (tríptico, carteles, y publicaciones en el sitio web de la Secretaría de Turismo).			Nombre (s)	Rafael Hernández Alarcón / José Gregorio Martínez Gómez	
			Cargo	Director de Administración / Subdirector de Capital Humano	

ELABORÓ

Lic. Verónica Gabriel Tinoco Morales  
Subdirectora de Finanzas

AUTORIZÓ

Lic. Rafael Hernández Alarcón  
Director de Administración