

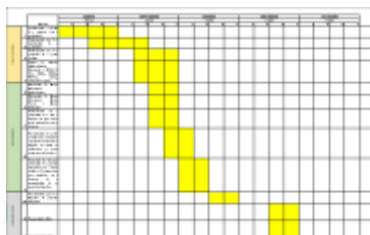




FORMATO PARA PRESENTAR LOS PROYECTOS POR EQUIPO	
1.- Equipo: 3	Numero 3
2.- Nombre de los integrantes del equipo:	<ul style="list-style-type: none"> • Ovando Martínez Sergio. • Cárdenas Cruz Ingrid Lizeth • Morales Martínez Wilbert
3.- Asignaturas que imparten:	PRESUPUESTO GUBERNAMENTAL.
4.- Nombre del proyecto:	
5.- Presentación:	<p>En este anteproyecto buscaremos realizar un presupuesto al Instituto para el Fomento de las Artesanías de Tabasco (IFAT), organismo público descentralizado del Gobierno del Estado de Tabasco, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio, con autonomía técnica, administrativa y de gestión, cuya finalidad es promover, preservar y fortalecer la actividad artesanal de la entidad, impulsando con ello la cultura, la identidad y el desarrollo económico de las comunidades artesanas. (3 preguntas de la problemática</p> <p>¿El presupuesto actual refleja la prioridad y genera el impacto social deseado?</p> <p>¿Cuál es el riesgo principal en el modelo de asignación de recursos actual del IFAT, y qué principios de la Nueva Gestión Pública se requiere fortalecer para mitigar esos riesgos?</p> <p>¿Qué tipo de herramientas o mecanismos de evaluación deben definirse y con qué frecuencia se propone monitorear los resultados del gasto?</p>
6.- Objetivo:	Elaborar un presupuesto que permita al Instituto para el Fomento de las Artesanías de Tabasco (IFAT) contar con los recursos financieros necesarios para fortalecer sus programas de apoyo, impulsar la producción y comercialización de las artesanías, y contribuir a la preservación y difusión de la cultura e identidad tabasqueña.
7.- Tiempo de realización:	Etapas 1: Del 25 de agosto del 2025 al 12 de agosto Del 2025.
8. La metodología seleccionada para trabajar el proyecto, se divide en tres fases:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Preparación 2. Desarrollo 3. Comunicación
8.- Fase de Preparación	

<p>8.1.-Identificar los temas de aprendizaje que saben y los que no saben.</p>	<p>Temas que se saben:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gracias a las materias cursadas previamente, se cuenta con conocimientos generales y claros sobre el tema de presupuesto. • Se tiene identificado dónde localizar material de consulta en materia jurisdiccional. • Se conoce el marco normativo que regula al Tribunal del Estado de Tabasco. • Se reconoce que el presupuesto gubernamental se encuentra sujeto a leyes y reglamentos que norman su elaboración y operación. <p>Temas que no se saben:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No se conoce con precisión la estructura que conforma un presupuesto gubernamental. • Se desconoce cuáles son las cuentas contables correctas y adecuadas para el registro del presupuesto gubernamental. • No se tiene claridad sobre el tiempo que implica su elaboración ni el periodo requerido para su presentación. • Se ignoran los mecanismos para verificar que un presupuesto esté elaborado de manera correcta.
<p>8.2.-Realizar una lluvia de ideas en la que se plantea la solución al problema.</p>	<p>Mejora en la Promoción y Comercialización</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear una tienda en línea oficial del IFAT con pasarela de pagos. • Asociarse con plataformas como Mercado Libre, Amazon Handmade, Etsy, etc. • Diseñar campañas de redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok) mostrando el proceso artesanal. • Hacer alianzas con influencers o creadores de contenido cultural/artesanal. • Realizar eventos de “Artesanía en Vivo” en plazas públicas o centros culturales. • Ofrecer combos o paquetes temáticos de artesanías para turismo local e internacional. • Establecer puntos de venta en aeropuertos, hoteles y museos. <p>2. Capacitación y Profesionalización de Artesanos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Implementar talleres en temas como diseño, tendencias, marketing y ventas. • Crear un programa de mentoría con diseñadores o empresarios exitosos. • Formar un diplomado en “Emprendimiento Artesanal” en alianza con universidades. • Capacitar en el uso de redes sociales para promoción personal de los artesanos. • Ofrecer cursos sobre e-commerce básico y fotografía de producto. <p>Visibilidad y Posicionamiento de Marca</p>


	<ul style="list-style-type: none"> • Rediseñar el logo e imagen institucional del IFAT con identidad moderna y cultural. • Publicar un catálogo digital descargable con las artesanías disponibles. • Crear un canal de YouTube con minidocumentales de artesanos tabasqueños. • Generar un distintivo oficial tipo “Hecho en Tabasco” para certificar autenticidad.
8.3.-Hacer una planeación paso a paso y por escrito	
8.4.-Asignar tareas a cada miembro del equipo para encontrar la solución al problema	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación de la historia del Instituto para el Fomento de las Artesanías de Tabasco (IFAT). • Integrar las investigaciones en una presentación PowerPoint. • Investigación sobre el impacto de la creación del IFAT en el fomento y desarrollo de la actividad artesanal en Tabasco. • Investigación a grandes rasgos sobre el IFAT como organismo público encargado de promover y preservar las artesanías en el estado. • Investigación sobre la misión, visión, ubicación y principales funciones del IFAT. • Investigación del marco normativo que regula al IFAT, incluyendo la Ley de Fomento y Protección a las Actividades Artesanales del Estado de Tabasco. • Investigación sobre los objetivos estratégicos y programas del IFAT. • Investigación sobre el Acuerdo de Creación del IFAT y su papel como organismo descentralizado del Gobierno del Estado de Tabasco.
8.5.- Fundamental las acciones que van a realizar en base a información obtenida.	<p>El Instituto para el Fomento de las Artesanías de Tabasco (IFAT) es un organismo público descentralizado del Gobierno del Estado, encargado de promover, preservar y fortalecer la actividad artesanal en Tabasco, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio, con autonomía técnica, administrativa y de gestión.</p> <p>El IFAT se encuentra ubicado en Doña Fidencia 518A, Centro Delegación Cinco, 86000 Villahermosa, Tab. con número de contacto +529931343244.</p> <p>Se deberá analizar toda la información reunida para la realización del presupuesto.</p>

8.6.-Recursos: Aquí se contemplan los libros, las revistas, las computadoras, las hojas, los bolígrafos, los espacios, las impresiones, las pastas, los consumibles, los materiales, las comidas, las bebidas, los transportes, naturaleza de su proyecto.	Computadora, internet, libros, pasaje para el transporte, datos, libreta, lápiz, lapiceros, teléfono, páginas web, etc. Naturaleza del proyecto: No lucrativa y de fines recreativas y de conservación																																								
8.7. - Elaborar un plan de acción.																																									
9.- Fase de Desarrollo																																									
9.1.-Gráfica de Gantt.																																									
9.2.- Programas, asignaturas, objetivos y temas	<table><tr><th>Programa Educativo</th><th>Asignatura</th><th>Objetivos de Aprendizaje</th><th>Temas</th></tr><tr><td>Administración (Integ.)</td><td>Administración</td><td>Conocer y comprender los conceptos básicos de la administración.</td><td>Conceptos básicos de la administración.</td></tr><tr><td>Marketing</td><td>Marketing</td><td>Conocer y comprender los conceptos básicos del marketing.</td><td>Conceptos básicos del marketing.</td></tr><tr><td>Finanzas</td><td>Finanzas</td><td>Conocer y comprender los conceptos básicos de las finanzas.</td><td>Conceptos básicos de las finanzas.</td></tr><tr><td>Recursos Humanos</td><td>Recursos Humanos</td><td>Conocer y comprender los conceptos básicos de los recursos humanos.</td><td>Conceptos básicos de los recursos humanos.</td></tr><tr><td>Operaciones</td><td>Operaciones</td><td>Conocer y comprender los conceptos básicos de las operaciones.</td><td>Conceptos básicos de las operaciones.</td></tr><tr><td>Calidad</td><td>Calidad</td><td>Conocer y comprender los conceptos básicos de la calidad.</td><td>Conceptos básicos de la calidad.</td></tr><tr><td>Proyectos</td><td>Proyectos</td><td>Conocer y comprender los conceptos básicos de los proyectos.</td><td>Conceptos básicos de los proyectos.</td></tr><tr><td>Investigación</td><td>Investigación</td><td>Conocer y comprender los conceptos básicos de la investigación.</td><td>Conceptos básicos de la investigación.</td></tr><tr><td>Comunicación</td><td>Comunicación</td><td>Conocer y comprender los conceptos básicos de la comunicación.</td><td>Conceptos básicos de la comunicación.</td></tr></table>	Programa Educativo	Asignatura	Objetivos de Aprendizaje	Temas	Administración (Integ.)	Administración	Conocer y comprender los conceptos básicos de la administración.	Conceptos básicos de la administración.	Marketing	Marketing	Conocer y comprender los conceptos básicos del marketing.	Conceptos básicos del marketing.	Finanzas	Finanzas	Conocer y comprender los conceptos básicos de las finanzas.	Conceptos básicos de las finanzas.	Recursos Humanos	Recursos Humanos	Conocer y comprender los conceptos básicos de los recursos humanos.	Conceptos básicos de los recursos humanos.	Operaciones	Operaciones	Conocer y comprender los conceptos básicos de las operaciones.	Conceptos básicos de las operaciones.	Calidad	Calidad	Conocer y comprender los conceptos básicos de la calidad.	Conceptos básicos de la calidad.	Proyectos	Proyectos	Conocer y comprender los conceptos básicos de los proyectos.	Conceptos básicos de los proyectos.	Investigación	Investigación	Conocer y comprender los conceptos básicos de la investigación.	Conceptos básicos de la investigación.	Comunicación	Comunicación	Conocer y comprender los conceptos básicos de la comunicación.	Conceptos básicos de la comunicación.
Programa Educativo	Asignatura	Objetivos de Aprendizaje	Temas																																						
Administración (Integ.)	Administración	Conocer y comprender los conceptos básicos de la administración.	Conceptos básicos de la administración.																																						
Marketing	Marketing	Conocer y comprender los conceptos básicos del marketing.	Conceptos básicos del marketing.																																						
Finanzas	Finanzas	Conocer y comprender los conceptos básicos de las finanzas.	Conceptos básicos de las finanzas.																																						
Recursos Humanos	Recursos Humanos	Conocer y comprender los conceptos básicos de los recursos humanos.	Conceptos básicos de los recursos humanos.																																						
Operaciones	Operaciones	Conocer y comprender los conceptos básicos de las operaciones.	Conceptos básicos de las operaciones.																																						
Calidad	Calidad	Conocer y comprender los conceptos básicos de la calidad.	Conceptos básicos de la calidad.																																						
Proyectos	Proyectos	Conocer y comprender los conceptos básicos de los proyectos.	Conceptos básicos de los proyectos.																																						
Investigación	Investigación	Conocer y comprender los conceptos básicos de la investigación.	Conceptos básicos de la investigación.																																						
Comunicación	Comunicación	Conocer y comprender los conceptos básicos de la comunicación.	Conceptos básicos de la comunicación.																																						
9.3.-Elaborar las evidencias.	Panel 1: Portada (Introducción) Panel 2 y 3: Análisis (Diagnóstico y Fundamento) Panel 4: Propuesta (La Solución) Panel 5: Implementación (Hoja de Ruta) Panel 6: Tapa Trasera (Comunicación) Mensaje de Cierre:																																								
9.5.- Organización de la información y las fuentes consultadas.	Marco Histórico y Jurídico del IFAT Origen y Evolución: El IFAT fue creado en 1999 inicialmente como el Instituto de las Artesanías del Estado de Tabasco, un órgano desconcentrado de la Secretaría de Fomento Económico. Estatus Actual: Ha evolucionado a un organismo público descentralizado (OPD) del Gobierno del Estado de Tabasco, lo que le otorga personalidad jurídica, patrimonio propio y autonomía técnica, administrativa y de gestión.																																								

	<p>Propósito: Su misión central es promover, preservar y fortalecer la actividad artesanal, impulsando la cultura, la identidad y el desarrollo económico de las comunidades artesanas, con la visión de lograr su autosuficiencia y competitividad en diversos mercados.</p> <p>Marco Conceptual y Teórico</p> <p>El análisis de la gestión y el presupuesto del IFAT se basa en principios de gestión pública modernos y la valoración cultural de la artesanía:</p> <p>Presupuesto Gubernamental: Es el instrumento financiero que estima ingresos y autoriza egresos, sujeto a una regulación estricta. El proyecto busca dotar al IFAT de los recursos necesarios para fortalecer sus programas.</p> <p>Presupuesto Basado en Resultados (PbR): Este modelo es la base metodológica. Su objetivo es vincular el gasto público con metas, indicadores y la evaluación del impacto social, asegurando que los recursos beneficien realmente al sector artesanal.</p> <p>Economía de la Cultura: La artesanía es vista con un doble valor (según Throsby):</p> <p>Valor Económico: Producción y mercado.</p> <p>Valor Cultural: Simbólico, patrimonial y social. El presupuesto debe equilibrar ambos valores, no solo impulsar la comercialización, sino también la preservación cultural.</p> <p>Nueva Gestión Pública (NGP): Los principios de la NGP (como la transparencia y rendición de cuentas) son cruciales para garantizar que la ejecución del gasto sea transparente y que se justifique el uso de los recursos públicos en función de los resultados alcanzados.</p> <p>Marco Normativo: La gestión de fondos del IFAT está regulada por leyes clave como la Ley de Fomento a la Actividad Artesanal del Estado de Tabasco, la Ley General de Contabilidad Gubernamental y la Ley de Disciplina Financiera.</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>9.6.- Presentación del reporte en Word</p>													
<p>10.- Fase de Comunicación</p>													
<p>10.1.-Power Point</p>													
<p>10.2.-Las evidencias</p>	<p> Análisis de la problemática El modelo presupuestario presenta debilidades al no vincular adecuadamente el gasto con metas e indicadores, lo que dificulta medir su impacto. El riesgo principal es que el actual presupuesto muestra un Déficit de Presupuesto basado en Resultados (PbR), lo que implica que el gasto puede no alinearse completamente con los objetivos del IFAT Para la implementación exitosa, se deben definir Indicadores Clave de Desempeño (KPIs) que midan el impacto del gasto de artesanos capacitados o aumento de ventas. </p>												
<p>10.3.-El costo</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Concepto</th><th>costo</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cámara de video</td><td>\$1000</td></tr> <tr> <td>Propaganda de publicidad en redes</td><td>\$250</td></tr> <tr> <td>Renta de espacio</td><td>\$200</td></tr> <tr> <td>Memora USB</td><td>\$100</td></tr> <tr> <td>Papelería</td><td>\$50</td></tr> </tbody> </table>	Concepto	costo	Cámara de video	\$1000	Propaganda de publicidad en redes	\$250	Renta de espacio	\$200	Memora USB	\$100	Papelería	\$50
Concepto	costo												
Cámara de video	\$1000												
Propaganda de publicidad en redes	\$250												
Renta de espacio	\$200												
Memora USB	\$100												
Papelería	\$50												

10.4.-Fuentes de financiamiento	<table><tr><th>Institución</th><th>Nombre del programa</th><th>Página electrónica</th></tr><tr><td>BBVA Banco mercader</td><td>Créditos a corto plazo</td><td>Créditos a corto y largo plazo Empresas BBVA México</td></tr><tr><td>Citibanamex</td><td>Financiamiento para tu negocio</td><td>https://www.banamex.com/pymes/financiamiento/credito-negocios.html#:~:text=Oferta%20de%20Producto%20s%C3%B3lo%20para,5)%20Seguro%20de%20Compra%20Protegida.</td></tr></table>	Institución	Nombre del programa	Página electrónica	BBVA Banco mercader	Créditos a corto plazo	Créditos a corto y largo plazo Empresas BBVA México	Citibanamex	Financiamiento para tu negocio	https://www.banamex.com/pymes/financiamiento/credito-negocios.html#:~:text=Oferta%20de%20Producto%20s%C3%B3lo%20para,5)%20Seguro%20de%20Compra%20Protegida.																																							
Institución	Nombre del programa	Página electrónica																																															
BBVA Banco mercader	Créditos a corto plazo	Créditos a corto y largo plazo Empresas BBVA México																																															
Citibanamex	Financiamiento para tu negocio	https://www.banamex.com/pymes/financiamiento/credito-negocios.html#:~:text=Oferta%20de%20Producto%20s%C3%B3lo%20para,5)%20Seguro%20de%20Compra%20Protegida.																																															
10.5.-El impacto	<ul style="list-style-type: none">A corto plazo: logra la toma en cuenta o la aprobación de las posibles soluciones al problema de la instituciónA mediano plazo: lograr una mayor transparencia en el uso del recurso público.A largo plazo: una Optimización de la inversión en programas que generan mayor impacto y un Fortalecimiento de la identidad cultural tabasqueña.																																																
10.6.-La forma de evaluación	<div><div><p>ANEXO 1. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE IMPACTO SOCIAL (EIS) DEL PROYECTO DE FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL TABASQUEÑA</p><table><thead><tr><th>Indicador</th><th>Valor</th><th>Unidad</th></tr></thead><tbody><tr><td>Indicador 1: Nivel de conocimiento y comprensión de la cultura tabasqueña por parte de la población</td><td>100</td><td>%</td></tr><tr><td>Indicador 2: Nivel de participación ciudadana en actividades culturales</td><td>100</td><td>%</td></tr><tr><td>Indicador 3: Nivel de satisfacción con los servicios culturales</td><td>100</td><td>%</td></tr><tr><td>Indicador 4: Nivel de preservación del patrimonio cultural</td><td>100</td><td>%</td></tr><tr><td>Indicador 5: Nivel de fortalecimiento de la identidad cultural</td><td>100</td><td>%</td></tr></tbody></table></div><div><p>ANEXO 2. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE IMPACTO SOCIAL (EIS) DEL PROYECTO DE FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL TABASQUEÑA</p><table><thead><tr><th>Indicador</th><th>Valor</th><th>Unidad</th></tr></thead><tbody><tr><td>Indicador 1: Nivel de conocimiento y comprensión de la cultura tabasqueña por parte de la población</td><td>100</td><td>%</td></tr><tr><td>Indicador 2: Nivel de participación ciudadana en actividades culturales</td><td>100</td><td>%</td></tr><tr><td>Indicador 3: Nivel de satisfacción con los servicios culturales</td><td>100</td><td>%</td></tr><tr><td>Indicador 4: Nivel de preservación del patrimonio cultural</td><td>100</td><td>%</td></tr><tr><td>Indicador 5: Nivel de fortalecimiento de la identidad cultural</td><td>100</td><td>%</td></tr></tbody></table></div></div>	Indicador	Valor	Unidad	Indicador 1: Nivel de conocimiento y comprensión de la cultura tabasqueña por parte de la población	100	%	Indicador 2: Nivel de participación ciudadana en actividades culturales	100	%	Indicador 3: Nivel de satisfacción con los servicios culturales	100	%	Indicador 4: Nivel de preservación del patrimonio cultural	100	%	Indicador 5: Nivel de fortalecimiento de la identidad cultural	100	%	Indicador	Valor	Unidad	Indicador 1: Nivel de conocimiento y comprensión de la cultura tabasqueña por parte de la población	100	%	Indicador 2: Nivel de participación ciudadana en actividades culturales	100	%	Indicador 3: Nivel de satisfacción con los servicios culturales	100	%	Indicador 4: Nivel de preservación del patrimonio cultural	100	%	Indicador 5: Nivel de fortalecimiento de la identidad cultural	100	%												
Indicador	Valor	Unidad																																															
Indicador 1: Nivel de conocimiento y comprensión de la cultura tabasqueña por parte de la población	100	%																																															
Indicador 2: Nivel de participación ciudadana en actividades culturales	100	%																																															
Indicador 3: Nivel de satisfacción con los servicios culturales	100	%																																															
Indicador 4: Nivel de preservación del patrimonio cultural	100	%																																															
Indicador 5: Nivel de fortalecimiento de la identidad cultural	100	%																																															
Indicador	Valor	Unidad																																															
Indicador 1: Nivel de conocimiento y comprensión de la cultura tabasqueña por parte de la población	100	%																																															
Indicador 2: Nivel de participación ciudadana en actividades culturales	100	%																																															
Indicador 3: Nivel de satisfacción con los servicios culturales	100	%																																															
Indicador 4: Nivel de preservación del patrimonio cultural	100	%																																															
Indicador 5: Nivel de fortalecimiento de la identidad cultural	100	%																																															
10.7.-Rúbrica	<table><thead><tr><th>Indicador</th><th>Excelente</th><th>Bueno</th><th>Regular</th><th>Baja</th><th>Total</th></tr></thead><tbody><tr><td>Presentación</td><td>Presenta un diseño atractivo y creativo, con una estructura clara y una redacción correcta.</td><td>Presenta un diseño atractivo y creativo, con una estructura clara y una redacción correcta.</td><td>Presenta un diseño atractivo y creativo, con una estructura clara y una redacción correcta.</td><td>Presenta un diseño atractivo y creativo, con una estructura clara y una redacción correcta.</td><td>10</td></tr><tr><td>Contenido</td><td>El contenido es relevante, claro y conciso, con una redacción correcta y una estructura clara.</td><td>El contenido es relevante, claro y conciso, con una redacción correcta y una estructura clara.</td><td>El contenido es relevante, claro y conciso, con una redacción correcta y una estructura clara.</td><td>El contenido es relevante, claro y conciso, con una redacción correcta y una estructura clara.</td><td>10</td></tr><tr><td>Forma</td><td>El formato es atractivo y creativo, con una estructura clara y una redacción correcta.</td><td>El formato es atractivo y creativo, con una estructura clara y una redacción correcta.</td><td>El formato es atractivo y creativo, con una estructura clara y una redacción correcta.</td><td>El formato es atractivo y creativo, con una estructura clara y una redacción correcta.</td><td>10</td></tr><tr><td>Resultados</td><td>Los resultados son relevantes, claros y concisos, con una redacción correcta y una estructura clara.</td><td>Los resultados son relevantes, claros y concisos, con una redacción correcta y una estructura clara.</td><td>Los resultados son relevantes, claros y concisos, con una redacción correcta y una estructura clara.</td><td>Los resultados son relevantes, claros y concisos, con una redacción correcta y una estructura clara.</td><td>10</td></tr><tr><td>Conclusiones</td><td>Las conclusiones son relevantes, claras y concisas, con una redacción correcta y una estructura clara.</td><td>Las conclusiones son relevantes, claras y concisas, con una redacción correcta y una estructura clara.</td><td>Las conclusiones son relevantes, claras y concisas, con una redacción correcta y una estructura clara.</td><td>Las conclusiones son relevantes, claras y concisas, con una redacción correcta y una estructura clara.</td><td>10</td></tr><tr><td>Recomendaciones</td><td>Las recomendaciones son relevantes, claras y concisas, con una redacción correcta y una estructura clara.</td><td>Las recomendaciones son relevantes, claras y concisas, con una redacción correcta y una estructura clara.</td><td>Las recomendaciones son relevantes, claras y concisas, con una redacción correcta y una estructura clara.</td><td>Las recomendaciones son relevantes, claras y concisas, con una redacción correcta y una estructura clara.</td><td>10</td></tr><tr><td>Total</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>60</td></tr></tbody></table>	Indicador	Excelente	Bueno	Regular	Baja	Total	Presentación	Presenta un diseño atractivo y creativo, con una estructura clara y una redacción correcta.	Presenta un diseño atractivo y creativo, con una estructura clara y una redacción correcta.	Presenta un diseño atractivo y creativo, con una estructura clara y una redacción correcta.	Presenta un diseño atractivo y creativo, con una estructura clara y una redacción correcta.	10	Contenido	El contenido es relevante, claro y conciso, con una redacción correcta y una estructura clara.	El contenido es relevante, claro y conciso, con una redacción correcta y una estructura clara.	El contenido es relevante, claro y conciso, con una redacción correcta y una estructura clara.	El contenido es relevante, claro y conciso, con una redacción correcta y una estructura clara.	10	Forma	El formato es atractivo y creativo, con una estructura clara y una redacción correcta.	El formato es atractivo y creativo, con una estructura clara y una redacción correcta.	El formato es atractivo y creativo, con una estructura clara y una redacción correcta.	El formato es atractivo y creativo, con una estructura clara y una redacción correcta.	10	Resultados	Los resultados son relevantes, claros y concisos, con una redacción correcta y una estructura clara.	Los resultados son relevantes, claros y concisos, con una redacción correcta y una estructura clara.	Los resultados son relevantes, claros y concisos, con una redacción correcta y una estructura clara.	Los resultados son relevantes, claros y concisos, con una redacción correcta y una estructura clara.	10	Conclusiones	Las conclusiones son relevantes, claras y concisas, con una redacción correcta y una estructura clara.	Las conclusiones son relevantes, claras y concisas, con una redacción correcta y una estructura clara.	Las conclusiones son relevantes, claras y concisas, con una redacción correcta y una estructura clara.	Las conclusiones son relevantes, claras y concisas, con una redacción correcta y una estructura clara.	10	Recomendaciones	Las recomendaciones son relevantes, claras y concisas, con una redacción correcta y una estructura clara.	Las recomendaciones son relevantes, claras y concisas, con una redacción correcta y una estructura clara.	Las recomendaciones son relevantes, claras y concisas, con una redacción correcta y una estructura clara.	Las recomendaciones son relevantes, claras y concisas, con una redacción correcta y una estructura clara.	10	Total					60
Indicador	Excelente	Bueno	Regular	Baja	Total																																												
Presentación	Presenta un diseño atractivo y creativo, con una estructura clara y una redacción correcta.	Presenta un diseño atractivo y creativo, con una estructura clara y una redacción correcta.	Presenta un diseño atractivo y creativo, con una estructura clara y una redacción correcta.	Presenta un diseño atractivo y creativo, con una estructura clara y una redacción correcta.	10																																												
Contenido	El contenido es relevante, claro y conciso, con una redacción correcta y una estructura clara.	El contenido es relevante, claro y conciso, con una redacción correcta y una estructura clara.	El contenido es relevante, claro y conciso, con una redacción correcta y una estructura clara.	El contenido es relevante, claro y conciso, con una redacción correcta y una estructura clara.	10																																												
Forma	El formato es atractivo y creativo, con una estructura clara y una redacción correcta.	El formato es atractivo y creativo, con una estructura clara y una redacción correcta.	El formato es atractivo y creativo, con una estructura clara y una redacción correcta.	El formato es atractivo y creativo, con una estructura clara y una redacción correcta.	10																																												
Resultados	Los resultados son relevantes, claros y concisos, con una redacción correcta y una estructura clara.	Los resultados son relevantes, claros y concisos, con una redacción correcta y una estructura clara.	Los resultados son relevantes, claros y concisos, con una redacción correcta y una estructura clara.	Los resultados son relevantes, claros y concisos, con una redacción correcta y una estructura clara.	10																																												
Conclusiones	Las conclusiones son relevantes, claras y concisas, con una redacción correcta y una estructura clara.	Las conclusiones son relevantes, claras y concisas, con una redacción correcta y una estructura clara.	Las conclusiones son relevantes, claras y concisas, con una redacción correcta y una estructura clara.	Las conclusiones son relevantes, claras y concisas, con una redacción correcta y una estructura clara.	10																																												
Recomendaciones	Las recomendaciones son relevantes, claras y concisas, con una redacción correcta y una estructura clara.	Las recomendaciones son relevantes, claras y concisas, con una redacción correcta y una estructura clara.	Las recomendaciones son relevantes, claras y concisas, con una redacción correcta y una estructura clara.	Las recomendaciones son relevantes, claras y concisas, con una redacción correcta y una estructura clara.	10																																												
Total					60																																												
10.8.Evaluación del plan de acción	<p>El equipo 3 nos dimos a la tarea de distribuir las actividades de acuerdo con las siguientes fechas, en cada una se especifican las acciones a cumplir por día, es decir, si fueran cumplidas o no en tiempo y forma.</p>																																																

	<p>El 18 de agosto el quipo Selecciono al IFAT como objeto de estudio para analizar oportunidades de mejora en la gestión artesanal.</p> <p>El 25 de agosto Se identificó la necesidad de fortalecer la promoción y comercialización de artesanías tabasqueñas</p> <p>El 08 de septiembre se realizó la Investigación documental sobre la historia, misión, visión, estructura y metas del Instituto para el Fomento de las Artesanías de Tabasco.</p> <p>El 22 de septiembre se realizó la Documentación de la historia, misión, visión, metas, estructura orgánica.</p> <p>El 20 de octubre se hizo el Análisis y presupuesta de la posible solución</p> <p>El 17 de noviembre se adjuntaron los datos del proyecto integrador para la elaboración de un video</p>
10.9.-La bibliografía consultada	<p>Página oficial del IFAT: https://tabasco.gob.mx/ifat</p> <p>Cuentas publica: https://www.cuentapublica.hacienda.gob.mx/</p>
10.10.- Anexos	

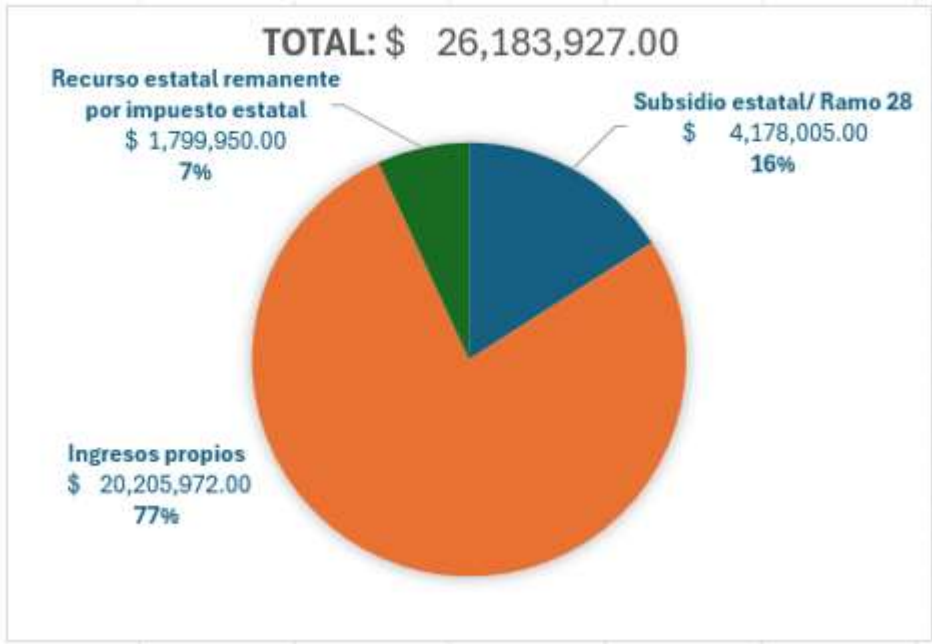
PLANEACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO INTEGRADOR

FASES	No.	TEMA/TIC DE INVESTIGACIÓN	DESCRIPCIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN	FECHA DE EJECUCIÓN		ESTIMACIÓN	ESTATUS	OBSERVACIÓN
				INICIAL	FINAL			
PREPARACIÓN	1	Identificación y elección de la empresa con la problemática	Selección del Instituto para el Páramo de las Heliconas como objeto de estudio.	18/08/2025	22/08/2025	Una semana	completa	Se determinó la empresa para el desarrollo de la investigación, considerando las limitaciones y la información disponible.
	2	Planteamiento claro de la identificación de la problemática	Redacción de la tesis de la investigación y planteamiento de la hipótesis de la investigación.	25/08/2025	29/08/2025	Una semana	completa	Se determinó la problemática de la empresa, la cual se desarrolló a través de los indicadores del grupo de investigación.
	3	Planteamiento claro de la propuesta de la posible solución	Propuesta de solución de la problemática y planteamiento de la hipótesis de la investigación.	01/09/2025	05/09/2025	Una semana	completa	Se determinó la posible solución de la problemática y se planteó la hipótesis de la investigación.
	4	Conocer la empresa (Historia, Misión, Visión, Objetivos, valores, cultura organizacional)	Revisión de la empresa y sus valores, misión, visión, objetivos, valores, cultura organizacional.	08/09/2025	12/09/2025	Una semana	completa	Se determinó la cultura organizacional de la empresa y se revisó la información disponible.
DESARROLLO	5	Elaboración del Marco Referencial: Referencial	Elaboración y análisis de la literatura (tesis, artículos, libros, revistas, etc.)	22/09/2025	26/09/2025	Una semana	completa	Se investigó toda la información de la empresa, considerando los valores y la cultura organizacional.
	6	Elaboración del Marco Referencial: Marco Teórico y Marco Conceptual	Se desarrolló el marco teórico y el marco conceptual que da soporte a la tesis.	29/09/2025	03/10/2025	Una semana	completa	Se investigó y analizó la información de la empresa.
	7	Planteamiento de la hipótesis de la tesis	Se definió la hipótesis de la tesis, considerando la información disponible y la cultura organizacional.	06/10/2025	10/10/2025	Una semana	completa	Se desarrolló la hipótesis de la tesis, considerando la información disponible y la cultura organizacional.
	8	Planteamiento de la hipótesis de la tesis	Se definió la hipótesis de la tesis, considerando la información disponible y la cultura organizacional.	13/10/2025	17/10/2025	Una semana	completa	Se desarrolló la hipótesis de la tesis, considerando la información disponible y la cultura organizacional.
COMUNICACIÓN	9	Conclusión de la tesis para elaboración del proyecto integrador	Conclusión de la tesis y elaboración del proyecto integrador.	24/10/2025	28/10/2025	Una semana	completa	Se investigó toda la información de la empresa, considerando los valores y la cultura organizacional.
	10	Presentación de la tesis	Presentación de la tesis y elaboración del proyecto integrador.	31/10/2025	04/11/2025	Una semana	completa	Se investigó toda la información de la empresa, considerando los valores y la cultura organizacional.
	11	Presentación de la tesis	Presentación de la tesis y elaboración del proyecto integrador.	11/11/2025	15/11/2025	Una semana	completa	Se investigó toda la información de la empresa, considerando los valores y la cultura organizacional.
	12	Presentación de la tesis	Presentación de la tesis y elaboración del proyecto integrador.	18/11/2025	22/11/2025	Una semana	completa	Se investigó toda la información de la empresa, considerando los valores y la cultura organizacional.

FASES	No.	TEMA/TIC DE INVESTIGACIÓN	AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE	
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
PREPARACIÓN	1	Identificación y elección de la empresa con la problemática										
	2	Planteamiento claro de la identificación de la problemática										
	3	Planteamiento claro de la propuesta de la posible solución										
	4	Conocer la empresa (Historia, Misión, Visión, Objetivos, valores, cultura organizacional)										
DESARROLLO	5	Elaboración del Marco Referencial: Referencial										
	6	Elaboración del Marco Referencial: Marco Teórico y Marco Conceptual										
	7	Planteamiento de la hipótesis de la tesis										
	8	Planteamiento de la hipótesis de la tesis										
COMUNICACIÓN	9	Conclusión de la tesis para elaboración del proyecto integrador										
	10	Presentación de la tesis										
	11	Presentación de la tesis										
	12	Presentación de la tesis										

FASES	No.	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN	FECHA DE EJECUCIÓN		ESTIMACIÓN	RESPONSABLE	ESTATUS	OBSERVACIÓN
				INICIAL	FINAL				
PREPARACIÓN	1	Identificación y elección de la empresa con la problemática	Selección del IPAT como objeto de estudio para analizar la problemática de la empresa.	18/08/2025	22/08/2025	Una semana	Diana Marcela Mora Palencia	completa	Se determinó la empresa para el desarrollo de la investigación, considerando las limitaciones y la información disponible.
	2	Planteamiento claro de la identificación de la problemática	Se identificó la necesidad de fortalecer la promoción y comercialización de la empresa en la investigación.	25/08/2025	29/08/2025	Una semana	Diana Marcela Mora Palencia	completa	Se determinó la problemática de la empresa, la cual se desarrolló a través de los indicadores del grupo de investigación.
	3	Conocer la empresa (Historia, Misión, Visión, Objetivos, valores, cultura organizacional)	Investigación documental sobre la historia, misión, visión, valores y cultura organizacional del Instituto para el Páramo de las Heliconas de Toluca.	01/09/2025	05/09/2025	Una semana	Diana Marcela Mora Palencia	completa	Se determinó la cultura organizacional de la empresa y se revisó la información disponible.
	4	Elaboración del Marco Referencial: Referencial	Elaboración y análisis de la literatura (tesis, artículos, libros, revistas, etc.)	08/09/2025	12/09/2025	Una semana	Diana Marcela Mora Palencia	completa	Se investigó toda la información de la empresa, considerando los valores y la cultura organizacional.
DESARROLLO	5	Elaboración del Marco Referencial: Marco Teórico y Marco Conceptual	Se desarrolló el marco teórico y el marco conceptual que da soporte a la tesis.	22/09/2025	26/09/2025	Una semana	Diana Marcela Mora Palencia	completa	Se investigó y analizó la información de la empresa.
	6	Planteamiento de la hipótesis de la tesis	Se definió la hipótesis de la tesis, considerando la información disponible y la cultura organizacional.	29/09/2025	03/10/2025	Una semana	Diana Marcela Mora Palencia	completa	Se desarrolló la hipótesis de la tesis, considerando la información disponible y la cultura organizacional.
	7	Planteamiento de la hipótesis de la tesis	Se definió la hipótesis de la tesis, considerando la información disponible y la cultura organizacional.	06/10/2025	10/10/2025	Una semana	Diana Marcela Mora Palencia	completa	Se desarrolló la hipótesis de la tesis, considerando la información disponible y la cultura organizacional.
	8	Planteamiento de la hipótesis de la tesis	Se definió la hipótesis de la tesis, considerando la información disponible y la cultura organizacional.	13/10/2025	17/10/2025	Una semana	Diana Marcela Mora Palencia	completa	Se desarrolló la hipótesis de la tesis, considerando la información disponible y la cultura organizacional.
COMUNICACIÓN	9	Conclusión de la tesis para elaboración del proyecto integrador	Conclusión de la tesis y elaboración del proyecto integrador.	24/10/2025	28/10/2025	Una semana	Diana Marcela Mora Palencia	completa	Se investigó toda la información de la empresa, considerando los valores y la cultura organizacional.
	10	Presentación de la tesis	Presentación de la tesis y elaboración del proyecto integrador.	31/10/2025	04/11/2025	Una semana	Diana Marcela Mora Palencia	completa	Se investigó toda la información de la empresa, considerando los valores y la cultura organizacional.
	11	Presentación de la tesis	Presentación de la tesis y elaboración del proyecto integrador.	11/11/2025	15/11/2025	Una semana	Diana Marcela Mora Palencia	completa	Se investigó toda la información de la empresa, considerando los valores y la cultura organizacional.
	12	Presentación de la tesis	Presentación de la tesis y elaboración del proyecto integrador.	18/11/2025	22/11/2025	Una semana	Diana Marcela Mora Palencia	completa	Se investigó toda la información de la empresa, considerando los valores y la cultura organizacional.

Distribución del Anteproyecto para el ejercicio fiscal 2025



Anteproyecto de ingresos y egresos; para el ejercicio fiscal 2025 por fuente de financiamiento y capítulos

Tipo de subsidio		Capítulo	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Subsidio estatal	Total subsidio estatal		3,000,000.00	3,200,000.00	2,500,000.00	180,000.00	1,200,000.00	750,000.00	1,050,000.00	1,050,000.00	2,250,000.00	3,000,000.00	1,500,000.00	2,500,000.00	\$ 23,000,000.00
	1000		2,500,000.00	2,000,000.00	1,500,000.00	1,000,000.00	800,000.00	400,000.00	800,000.00	600,000.00	1,500,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,200,000.00	\$ 14,000,000.00
	2000		500,000.00	400,000.00	300,000.00	200,000.00	100,000.00	50,000.00	100,000.00	100,000.00	300,000.00	500,000.00	200,000.00	250,000.00	\$ 3,000,000.00
	3000		500,000.00	500,000.00	500,000.00	500,000.00	200,000.00	150,000.00	150,000.00	150,000.00	300,000.00	500,000.00	400,000.00	600,000.00	\$ 4,500,000.00
	4000		20,000.00	10,000.00	10,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	50,000.00	100,000.00	20,000.00	65,000.00	205,000.00
	5000		0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0
	6000		200,000.00	290,000.00	100,000.00	95,000.00	95,000.00	195,000.00	195,000.00	195,000.00	190,000.00	100,000.00	0.00	1,040,000.00	\$ 1,000,000.00
Ingresos propios	Total de ingresos propios		380,000.00	300,000.00	250,000.00	150,000.00	100,000.00	75,000.00	100,000.00	150,000.00	300,000.00	250,000.00	150,000.00	240,327.00	\$ 2,579,827.00
	1000		70,000.00	50,000.00	60,000.00	20,000.00	10,000.00	5,000.00	5,000.00	15,000.00	50,000.00	40,000.00	10,000.00	10,130.00	\$ 345,130.00
	2000		150,000.00	120,000.00	100,000.00	50,000.00	30,000.00	15,000.00	20,000.00	30,000.00	100,000.00	150,000.00	50,000.00	150,000.00	\$ 647,000.00
	3000		100,000.00	80,000.00	60,000.00	50,000.00	50,000.00	30,000.00	50,000.00	70,000.00	100,000.00	110,000.00	40,000.00	10,013.00	\$ 586,013.00
	4000		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	-
	5000		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	-
	6000		60,000.00	50,000.00	100,000.00	30,000.00	10,000.00	20,000.00	25,000.00	35,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	319,349.00	\$ 709,849.00
Total			4,180,000.00	3,590,000.00	2,850,000.00	330,000.00	1,300,000.00	820,000.00	1,150,000.00	1,200,000.00	2,550,000.00	3,250,000.00	1,650,000.00	2,750,327.00	\$ 26,183,827.00