

TURISMO

ANÁLISIS DEL CUMPLIMIENTO DE LOS INDICADORES PARA RESULTADOS SECRETARÍA DE TURISMO ^{1/}

Misión: Conducir el desarrollo turístico nacional, mediante las actividades de planeación, impulso al desarrollo de la oferta, apoyo a la operación de los servicios turísticos y la promoción, articulando las acciones de diferentes instancias y niveles de gobierno.

Objetivos Nacionales

4. Tener una economía competitiva que ofrezca bienes y servicios de calidad a precios accesibles, mediante el aumento de la productividad, la competencia económica, la inversión en infraestructura, el fortalecimiento del mercado interno y la creación de condiciones favorables para el desarrollo de las empresas, especialmente las micro, pequeñas y medianas.

Eje de Política Pública del Plan Nacional de Desarrollo (EPP): 2. Economía Competitiva y Generadora de Empleos

Objetivos del Eje de Política Pública del Plan Nacional de Desarrollo (OEPP):

12. Hacer de México un país líder en la actividad turística a través de la diversificación de sus mercados, productos y destinos, así como del fomento a la competitividad de las empresas del sector de forma que brinden un servicio de calidad internacional.

Programas del Plan Nacional de Desarrollo

1. Programa Sectorial de Turismo 2007-2012	Vínculo PND	
	EPP	OEPP
Objetivos:		
2. Aprovechar de manera sustentable el potencial de los recursos culturales y naturales y su capacidad para transformarse en oferta turística productiva, creando servicios y destinos competitivos, dando opciones de desarrollo y bienestar para los individuos de las comunidades receptoras urbanas, rurales y costeras, así como para las empresas sociales y privadas. Fortalecimiento de la capacidad competitiva de localidades turísticas a través de proyectos estratégicos de inversión previamente coordinados con gobiernos	2	12
7. Promover y comercializar la oferta turística de México en los mercados nacionales e internacionales, desarrollando análisis de inteligencia para la consolidación de mercados y la apertura de nuevos segmentos especializados que fortalezcan la imagen de México en el extranjero, potencien los valores nacionales, la identidad regional y las fortalezas de la Marca México. Integrar eficazmente los instrumentos de promoción y comercialización sobre la base de las fortalezas de la Marca México	2	12

^{1/} Información adicional sobre los indicadores para resultados de la Secretaría de Gobernación se presenta en el Anexo de la Cuenta Pública denominado Consolidación del Sistema de Evaluación del Desempeño.

Programa Presupuestario		Presupuesto (Pesos)			Porcentaje de Ejercicio	
Clave	Denominación	Aprobado	Modificado	Ejercicio ^{1/}	Ejer./ Aprob.	Ejer./ Modif.
F003	Promoción y desarrollo de programas y proyectos turísticos en las Entidades Federativas	33 121 199	21 119 265	21 119 265	63.8	100.0

1/ Incluye el presupuesto pagado y las ADEFAS.

Vinculación:

- **Plan Nacional de Desarrollo: Eje 2- Economía competitiva y generadora de empleos; OEPP 12.-** Hacer de México un país líder en la actividad turística a través de la diversificación de sus mercados, productos y destinos, así como del fomento a la competitividad de las empresas del sector de forma que brinden un servicio de calidad internacional.
- **Programa Sectorial: 21.-** Programa Sectorial de Turismo 2007-2012; **Objetivo 2.-** Aprovechar de manera sustentable el potencial de los recursos culturales y naturales y su capacidad para transformarse en oferta turística productiva, creando servicios y destinos competitivos, dando opciones de desarrollo y bienestar para los individuos de las comunidades receptoras urbanas, rurales y costeras, así como para las empresas sociales y privadas.

INDICADOR PARA RESULTADOS: Porcentaje de proyectos turísticos de obra pública en operación dos años después de concluidos.					
Nivel: Propósito	Las localidades con vocación turística fortalecen su atractividad con los proyectos turísticos de obra pública.				
Tipo del indicador	Estratégico				
Dimensión a medir	Eficacia				
Fórmula	$(\text{Proyectos turísticos en operación en el año T que fueron concluidos en el año T-2} / \text{Proyectos concluidos en al año T-2}) \times 100$				
Unidad de medida	Porcentaje				
VALOR DE LA META ANUAL (Porcentaje)			PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO (%)		
Aprobada	Modificada	Alcanzada	Alcanzada/Aprobada		Alcanzada/Modificada
80.08	80.08	96.8	120.9		120.9
Unidad Responsable: 210 Dirección General de Programas Regionales					

Causas de las variaciones entre la meta alcanzada y la meta aprobada del indicador

- La Secretaría de Turismo, a través de la Dirección General de Programas Regionales, estableció para 2012 el indicador estratégico “Porcentaje de proyectos turísticos de obra pública en Operación dos años después de concluidos”, con el propósito de determinar el porcentaje de proyectos turísticos que en 2012 se encuentran en operación en relación al número de proyectos que fueron apoyados en el ejercicio 2009. La meta programada fue lograr que el 80.08% de proyectos apoyados en 2009 estuvieran en operación en el 2012. Al final del ejercicio, se logró un porcentaje de cumplimiento del 96.8%, lo que significó que

TURISMO

la meta haya sido superada en un 120.9% en relación a lo esperado, manteniendo 182 proyectos turísticos de obra pública en operación de los 188 proyectos turísticos de obra pública apoyados en el año 2009.

- Cabe señalar, que en el ejercicio 2009 se apoyaron a las Entidades Federativas para llevar a cabo 241 proyectos turísticos en general, sin embargo, 188 proyectos estaban relacionados a obras públicas y el resto estuvieron enfocados a proyectos de estrategia sectorial como capacitación, elaboración de estudios, elaboración de Planes Estatales de Turismo y elaboración de proyectos ejecutivos entre otros.
- Durante el ejercicio fiscal 2009 la SECTUR suscribió con 29 Entidades Federativas el Convenio de Coordinación en Materia de Reasignación de Recursos, donde se derivaron los 241 proyectos turísticos en general.
- A través de los 29 Convenios suscritos con el mismo número de Entidades Federativas se transfirieron recursos federales por la cantidad de 1 247 millones de pesos.
- En el 2009 no se celebraron Convenios con los Estados de Campeche, Quintana Roo y Tabasco.

Efectos socioeconómicos del alcance de metas del indicador

- Con los beneficios económicos y sociales alcanzados con este indicador de propósito se coadyuva a mantener el atractivo de diversos destinos, localidades y regiones; así como sus productos y segmentos turísticos a través proyectos vinculados a obra pública, que agregan valor a los destinos para el fortalecimiento de nuevos nichos de mercado.
 - ◆ A través de las aportaciones federales, estatales y municipales se logró detonar una inversión pública 2 715.5 millones de pesos.
 - ❖ Por línea de producto su distribución fue: 58.8% para Turismo Cultural; 12%, Sol y Playa; 11.3%, Turismo de Naturaleza; 10.2%, Turismo de Reuniones; 1.3% Turismo para Todos; 0.1% turismo deportivo y 6.3% a otros tipos y formas de turismo.
 - ❖ Durante el ejercicio 2012 la inversión se distribuyó de la siguiente manera: Mejoramiento de Imagen Urbana, 82.4%; Equipamiento Turístico, 7.0%; Mejora, Rehabilitación o Creación de Sitios de Interés Turístico, 9.5%; Infraestructura y Servicios, 1.1%.
 - ❖ Del Programa Ciudades Patrimonio de la Humanidad se destinaron recursos federales en el 2009 a 8 de las 10 Ciudades, siendo estas el Distrito Federal, Guanajuato, San Miguel de Allende, Morelia, Oaxaca, Puebla, Querétaro y Zacatecas por 166.1 millones de pesos, que en conjunto con las aportaciones de los Estados y algunos Municipios se detonaron recursos por 344.8 millones de pesos.
 - ❖ La inversión federal en Pueblos Mágicos a través de los Convenios de Coordinación en Materia de Reasignación de Recursos en 2009, ascendió a 168 millones de pesos, cifra que permitió detonar recursos de los tres órdenes de gobierno por 374.3 millones de pesos.
 - ◆ Desde el año de 1998 y hasta el 2012 el Gobierno Federal a través de la Secretaría de Turismo tiene implementado el instrumento jurídico denominado “Convenios de Coordinación en Materia de Reasignación de Recursos”, lo que ha permitido destinar recursos federales para proyectos de infraestructura turística básica vinculados con obra pública y de estrategia sectorial, incrementar año con año el monto reasignado a cada entidad federativa, salvo los ejercicios 2006 y 2012, así como ampliar la cobertura de localidades apoyadas, consolidando aquellos destinos turísticos tradicionales y fortaleciendo nuevos destinos que cuentan con un gran potencial de desarrollo turístico.
 - ◆ El beneficio social y económico que representa la operación de 182 proyectos apoyados en el 2009 y que en el ejercicio 2012 se encuentren en buenas condiciones de funcionamiento, permite la generación de empleos directos e indirectos, temporales y permanentes, estableciendo las condiciones favorables que motivan la inversión privada al contar con una infraestructura turística básica en las diferentes localidades donde se ha tenido un gran impacto con este tipo de apoyos.

Programa Presupuestario		Presupuesto (Pesos)			Porcentaje de Ejercicio	
Clave	Denominación	Aprobado	Modificado	Ejercicio ^{1/}	Ejer./ Aprob.	Ejer./ Modif.
F001	Promoción de México como Destino Turístico	667 246 822	2 790 049 066	2 790 049 066	418.1	100.0

1/ Incluye el presupuesto pagado y las ADEFAS.

Vinculación:

- **Plan Nacional de Desarrollo: Eje 2.-** Economía Competitiva y Generadora de Empleos; **OEPP 12.-** Hacer de México un país líder en la actividad turística a través de la diversificación de sus mercados, productos y destinos, así como del fomento a la competitividad de las empresas del sector de forma que brinden un servicio de calidad internacional.
- **Programa Sectorial: 21.-** Programa Sectorial de Turismo 2007-2012; **Objetivo 7.-** Promover y comercializar la oferta turística de México en los mercados nacionales e internacionales, desarrollando análisis de inteligencia para la consolidación de mercados y la apertura de nuevos segmentos especializados que fortalezcan la imagen de México en el extranjero, potencien los valores nacionales, la identidad regional y las fortalezas de la Marca de México.

INDICADOR PARA RESULTADOS: Variación porcentual anual en la afluencia de turistas de internación a México					
Nivel: Propósito	Los turistas aumentan como resultado de la promoción turística				
Tipo del indicador	Estratégico				
Dimensión a medir	Eficacia				
Fórmula	$((\text{Turistas de Internación del año T} - \text{Turistas de Internación del año T} - 1) / (\text{Turistas de Internación año T} - 1)) * 100$				
Unidad de medida	Porcentaje				
VALOR DE LA META ANUAL (Porcentaje)			PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO (%)		
Aprobada	Modificada	Alcanzada	Alcanzada/Aprobada		Alcanzada/Modificada
5.0	4.0	1.86	37.2		46.5
Unidad Responsable: W3J Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.					

Causas de las variaciones entre la meta alcanzada y la meta aprobada del indicador

- El Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V. (CPTM), estableció para 2012 el indicador estratégico “Variación porcentual anual en la afluencia de turistas de internación a México”, a fin de tener el conocimiento sobre los flujos internacionales de turistas y en especial el denominado de internación ya que este segmento tiene una mayor participación en la generación de divisas por visitantes internacionales el (94.7%), y representa alrededor del 84.3% del total de visitantes que ingresan al país por vía aérea. Al final del ejercicio, se registró una llegada de 13 482 miles de turistas de internación; cifra que comparada con la afluencia registrada en 2011, resulta un incremento de 1.86%. Sin embargo este, crecimientos no fue suficiente para alcanzar la meta programada lográndose un porcentaje de cumplimiento de 37.2% respecto a la meta aprobada de 5%. Este comportamiento se explica principalmente por lo siguiente:

TURISMO

- ◆ El sector turismo en México en los últimos cuatro años, ha enfrentado un ambiente adverso que se caracterizó en 2009 por la recesión económica internacional y el brote de la epidemia de la influenza; en 2010 la continuidad de la crisis económica mundial después de un breve período de recuperación; en 2011 la crisis económica en varios países europeos, la lenta recuperación de la economía norteamericana y el agravamiento de la percepción de inseguridad en México y en 2012 los retos a superar fueron las dificultades económicas en los principales países de origen de turistas al país, así como la continuidad en la percepción de inseguridad que tuvo su mayor efecto en la llegada de turistas por vía terrestre.
- ◆ En la proyección de la meta programada original, se consideró la posibilidad de recuperar una dinámica de crecimiento que permitiera superar las dificultades observadas en años recientes sin embargo, en Europa la situación económica se agravó en 2012 y prácticamente en todos los países importantes desde el punto de vista de ser origen de turistas, entraron en recesión o registraron estancamiento económico.

Efectos socioeconómicos del alcance de metas del indicador

- Los beneficios económicos y sociales alcanzados con este indicador de propósito, se tradujeron en que no obstante no haber alcanzado la meta del flujo de turistas, se logró una mayor captación de divisas. En 2012 la derrama económica generada por la llegada de turistas de internación a México, fue de 10 148.2 millones de dólares (USD), monto superior en 7.4% con relación a los 9 448.5 millones de dólares, captados en 2011.
 - ◆ En 2012 el gasto promedio de los turistas de internación fue de 752.7 USD, cifra superior a la observada en 2012.
 - ◆ La estadía promedio de este turista es de 9.9 días. La importancia de promover no sólo la afluencia de turistas, sino también de incrementar su estadía en el País, se ve reflejada en un mayor ingreso de divisas, y una mayor derrama económica que favorece a los destinos turísticos que visitan, y propician la creación de empleos.

INDICADOR PARA RESULTADOS: Inversión promedio en promoción por turista de internación que llega a México.				
Nivel: Actividad		Planeación, diseño y coordinación de campañas publicitarias cooperativas		
Tipo del indicador		Gestión		
Dimensión a medir		Eficiencia		
Fórmula		(Inversión en Promoción en el Mercado Internacional/Total de Turistas de Internación)		
Unidad de medida		Pesos por Turista de Internación		
VALOR DE LA META ANUAL (Porcentaje)			PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO (%)	
Aprobada	Modificada	Alcanzada	Alcanzada/Aprobada	Alcanzada/Modificada
69.5	62.9	59.9	113.8	104.8
Unidad Responsable: W3J - Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.				

NOTA: Con base en los “Lineamientos para la revisión, actualización, calendarización y seguimiento de la Matriz de Indicadores para Resultados de los programas presupuestarios de 2012”, se llevó a cabo el proceso de mejora del indicador, con lo cual se realizó un cambio en la descripción del nivel del objetivo. Debido a que el indicador es decreciente, el resultado involucra la reducción en el cálculo del porcentaje de cumplimiento, por ello se aplicó la fórmula siguiente: $((\text{Meta Original} - \text{Meta Alcanzada}) \times 100 / \text{Meta Original}) + 100$.

Causas de las variaciones entre la meta alcanzada y la meta aprobada del indicador

- El Consejo de Promoción Turística de México, S.A de C.V. (CPTM) estableció para 2012, el indicador de gestión denominado “Inversión Promedio en Promoción por Turista de Internación que llega a México.”, que mide la eficiencia en de los recursos invertidos en promoción turística internacional, entre los turistas de internación que visitan los diferentes destinos turísticos del país. Al final del ejercicio 2012, se observó un porcentaje de cumplimiento de 113.8% respecto a lo programado, que equivale a un incremento en la eficiencia de los recursos invertidos en promoción de 4.7% por turista con relación a lo programado. Este comportamiento se explica principalmente por lo siguiente:
 - ◆ Las diversas actividades desarrolladas por el Consejo durante el 2012 enfocaron sus objetivos a incrementar el número de turistas que visitan los distintos destinos turísticos del país, en este sentido las campañas publicitarias, las ferias internacionales, las acciones promocionales y las actividades de relaciones públicas, así como la promoción por vía internet. Asimismo, se desarrolló la estrategia de promoción utilizando una mezcla de medios e instrumentos a fin de dar a conocer que México es mucho más que el producto de sol y playa, a la vez que se valió de testimoniales de turistas que viajaron a México o de extranjeros que han vivido en el país durante muchos años para transmitir los atractivos de los destinos turísticos de México, así como su hospitalidad y calidad de los servicios.
 - ◆ Se impulsaron estudios de conectividad a los diferentes destinos turísticos, y se seleccionaron rutas que fueron propuestas a las diferentes líneas aéreas, contribuyendo al crecimiento de la llegada de turistas a México por esa vía. De esta forma la generación de divisas por turistas de internación fue superior en 7.4% con relación a los obtenidos en 2011. Este resultado se obtuvo gracias a la llegada de turistas aumentó representando el 1.9% respecto a 2011. Además de lo anterior, el gasto promedio de este grupo de turistas, se elevó el 5.5% al pasar de 713.8 USD en 2011 a 752.7 USD en 2012.
 - ◆ En la proyección de la Meta Modificada se consideró que el costo de publicidad y promoción en el mercado internacional sería de 62.9 pesos por turista de internación que ingresara al país. La meta alcanzada en inversión promedio en promoción por turista de internación indica que el costo en publicidad en 2012 fue más eficiente al representar 59.9 pesos por turista.

Efectos socioeconómicos del alcance de metas del indicador

- Los **beneficios económicos y sociales** alcanzados con este **indicador de actividad**, es la necesidad de diversificar los mercados de origen de los turistas a fin de abrir mayores posibilidades y opciones de promoción de los destinos turísticos mexicanos, a fin de contrarrestar los efectos de la competencia internacional y contribuir al crecimiento del sector.
 - ◆ La diversificación no sólo ayuda a disminuir la vulnerabilidad que representa depender de unos cuantos mercados para atraer turistas, sino también abre mayores opciones de promoción a los destinos mexicanos y contribuye a un desarrollo más sano del sector.
 - ◆ La estadía promedio del turista de internación es de 9.9 días lo que abre la alternativa de estimular la prolongación de su estadía en el País, ya que ésta se traduce en mayor ingreso de divisas, que favorece a los destinos turísticos que visitan, y propician la creación de empleos.