

TURISMO

CUENTA DE LA HACIENDA PÚBLICA FEDERAL DE 2012
ANÁLISIS DEL EJERCICIO DEL PRESUPUESTO PROGRAMÁTICO DEVENGADO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.

1. ANÁLISIS DEL GASTO POR CLASIFICACIÓN ECONÓMICA

- En 2012, el *presupuesto pagado del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.* (CPTM) fue de 2 828 525.9 miles de pesos, cifra superior en 297.1% con relación a la asignación original. Esta variación obedece al mayor ejercicio presupuestario en los capítulos de Servicios Generales (416.8%), Materiales y Suministros (129%) y Otros de Corriente (99.2%).
- De los recursos erogados, 1 063 336.9 miles de pesos fueron recursos fiscales integrados por 661 102.2 miles de pesos fueron asignados en el PEF y 402 234.7 miles de pesos provienen de ampliaciones líquidas otorgadas en apoyo al CPTM por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público; en tanto que 1 765 189 miles de pesos, corresponden a **ingresos provenientes del Derecho de No Inmigrante (DNI)**.

GASTO PROGRAMABLE POR CLASIFICACIÓN ECONÓMICA
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
(PESOS)

CONCEPTO	PRESUPUESTO			VARIACIÓN PORCENTUAL		ESTRUCTURA PORCENTUAL		
	APROBADO	MODIFICADO	PAGADO	PAG./APROB.	PAG./MODIF.	APROB.	MODIF.	PAG.
TOTAL	712 291 257.00	2 846 332 591.00	2 828 525 946.00	297.1	-0.6	100.0	100.0	100.0
Gasto Corriente	712 291 257.00	2 846 332 591.00	2 828 525 946.00	297.1	-0.6	100.0	100.0	100.0
Servicios Personales	204 251 171.00	217 154 031.00	215 368 616.00	5.4	-0.8	28.7	7.6	7.6
Gasto de Operación	506 840 086.00	2 626 035 910.00	2 610 767 002.00	415.1	-0.6	71.2	92.3	92.3
- Materiales y Suministros	2 944 400.00	6 772 039.00	6 742 779.00	129.0	-0.4	0.4	0.2	0.2
- Servicios Generales	503 895 686.00	2 619 263 871.00	2 604 024 223.00	416.8	-0.6	70.7	92.0	92.1
Subsidios								
Otros de Corriente	1 200 000.00	3 142 650.00	2 390 328.00	99.2	-23.9	0.2	0.1	0.1
Gasto de Inversión	0.00	0.00	0.00	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Inversión Física								
- Bienes Muebles, Inmuebles e Intangibles								
- Inversión Pública								
- Otros de Inversión Física								
Subsidios								
Otros de Inversión	0.00	0.00	0.00	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Las cifras a pesos y las sumas, pueden diferir por efectos de redondeo.

GASTO CORRIENTE

- El *gasto corriente* registró una variación de 297.1 %, por encima del presupuesto original aprobado. Su evolución por rubro de gasto se presenta a continuación:
 - ◆ Las erogaciones en *Servicios Personales* registraron un incremento de 5.4% respecto al presupuesto original, debido principalmente a lo siguiente:
 - En el ejercicio 2012 se autorizó la continuidad en la contratación de una plaza eventual para el Director General Adjunto, además de 8 plazas de carácter eventual a efecto de proporcionar apoyo técnico-administrativo a la Dirección Ejecutiva Marca País para el desarrollo de diversas acciones orientadas a impulsar y reactivar las estrategias de coordinación con los sectores públicos y privado a fin de mejorar sustancialmente la imagen del país.
 - Asimismo durante el ejercicio fiscal 2012, con la apertura de nuevas oficinas de representación del Consejo en el Exterior, fue necesario la creación de plazas de dirección en las oficinas de Denver Colorado, Bruselas y Corea del Sur.
 - Otro elemento que contribuyó al incremento lo constituyeron el pago de las liquidaciones a diverso personal que concluyó su relación laboral con el Consejo.
 - ◆ En el rubro de *Gastos de Operación* se registró un mayor ejercicio presupuestario de 415.1%, en comparación con el presupuesto original, debido primordialmente a las siguientes causas:
 - En *Materiales y Suministros* el ejercicio del gasto fue superior en 129% con relación a la asignación original, situación derivada de lo siguiente:
 - El mayor gasto en 2012 se explica por la adquisición de información estadística internacional; como estudios de mercado, suscripciones a revistas y sitios de Internet especializados en cuantificar los flujos turísticos internacionales, sus tendencias y movimientos. Información que es utilizada como base para la planeación y diseño de las campañas publicitarias, además de que es incorporada en el Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos (SIIMT).
 - En *Servicios Generales* el presupuesto pagado fue mayor en 416.8% respecto al presupuesto original, como resultado de las siguientes causas:
 - Para el caso particular del CPTM el gasto en el capítulo 3000 es el de mayor relevancia, ya que en él se concentran las actividades sustantivas desarrolladas por la institución. Estas actividades son financiadas principalmente por los ingresos provenientes del Derecho de no Inmigrante. En 2012 el CPTM recibió ampliaciones líquidas al presupuesto por este concepto, por un monto total de 2 031 798.8 miles de pesos, de este importe: 254 000 miles de pesos correspondieron a las transferencias que se realizaron al FONATUR en cumplimiento al Artículo 18-A de la Ley Federal de Derechos, que señala que los ingresos que se obtengan por la recaudación del DNI, el 80% son del Consejo de Promoción Turística de México, el cual transferirá el 10% de la recaudación total del derecho al Fondo Nacional de Fomento al Turismo. Las ampliaciones líquidas al presupuesto derivadas de la captación de los ingresos excedentes provenientes del DNI, fueron canalizadas para atender los compromisos derivados del Plan de Mercadotecnia 2012 autorizado por la H. Junta de Gobierno del Consejo, el cual incluyó el Programa de Campañas Publicitarias y el Programa de Promoción ejerciéndose recursos por 1 765 189 miles de pesos.
 - Es importante comentar que la mayor captación obtenida del DNI, responde al incremento del 1.8%, con relación al 2011, en la afluencia de turistas de internación y al aumento en la tarifa de cobro del DNI, que de 262 pesos por turista, pasó a 295 pesos en 2012.
 - El gasto total erogado en promoción publicitaria fue de 2 174 072.9 miles de pesos, de este monto, 2 035 258.4 miles de pesos fueron destinados a la realización de campañas de publicidad (institucionales, cooperativas y vía internet) que contienen y difunden estrategias específicas para promover la diversidad de los productos turísticos nacionales, con mensajes cuyo propósito es mejorar la percepción que los turistas potenciales tienen del país.

TURISMO

- Adicionalmente y como parte complementaria a las actividades de promoción, se erogaron 138 814.5 miles de pesos en la participación en ferias internacionales de turismo, en congresos y convenciones y en otros gastos que complementan el presupuesto de la oficinas en el exterior.
 - Por otra parte, con el fin de impulsar y reactivar las estrategias de coordinación con los sectores públicos y privado y mejorar sustancialmente la imagen del país, surgió el Proyecto Marca País, cuyo objetivo fue involucrar a todos los actores de la industria turística del país para reposicionar la imagen de México a nivel global, en ese sentido se contrataron los servicios de agencias internacionales de publicidad cuyo propósito fue colocar a México como uno de los mejores destinos mundiales para vacacionar e invertir en la industria turística, la erogación en este Proyecto durante el ejercicio 2012 fue de 332 695.2 miles de pesos.
 - En lo que se refiere a las actividades de apoyo, las mayores erogaciones en los rubros de arrendamiento de bienes informáticos son resultado del cumplimiento a las disposiciones de austeridad y racionalidad en el sentido de contratar los servicios de cómputo, generando economías en el gasto en la adquisición, mantenimiento y reemplazo de los equipos. El Consejo desde el 2010 no ha adquirido equipo de cómputo e informático.
 - Asimismo los mayores gastos en servicios de informática obedecen a la construcción tecnológica, mantenimiento tecnológico y soporte técnico de la familia de portales web visitmexico. así como servicios integrales de administración de plataforma tecnológica y centro de datos de hospedaje y migración del correo electrónico.
 - Los gastos en pasajes y viáticos nacionales e internacionales representan una parte importante de los recursos de la institución, ya que de acuerdo a la naturaleza de las actividades que desarrolla el CPTM, que implican la necesidad de viajar a diferentes países para efectuar la supervisión y el monitoreo de las campañas publicitarias, de la participación en ferias y eventos internacionales además de otras actividades relacionadas con la difusión y promoción de los diferentes destinos turísticos del país
- ♦ En el rubro de gasto *Otros de Corriente* el presupuesto ejercido fue mayor en 99.2% respecto al monto original aprobado. Esta variación se explica por lo siguiente:
- En el ejercicio de 2012 se atendieron la totalidad de las solicitudes de prestadores de servicio social en las oficinas México como del exterior. Asimismo, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público autorizó una transferencia de recursos para afrontar una resolución judicial en contra del CPTM por el juicio laboral que interpuso un extrabajador del Consejo.

GASTO DE INVERSIÓN

- En 2012 el CPTM no ejerció recursos en *Gasto de Inversión*, lo anterior fue en cumplimiento a las disposiciones del Programa Nacional de Reducción del Gasto Público que en el numeral 26 en los incisos a) y b), señala la restricción de realizar gastos en la adquisición de vehículos automotores y mobiliario y equipo de oficina.
- ♦ En lo correspondiente a *Subsidios* y a *Otros de Inversión*, no se aplicaron recursos.

2. EJERCICIO DEL GASTO POR CLASIFICACIÓN FUNCIONAL Y POR GRUPO Y MODALIDAD DE PROGRAMAS PRESUPUESTARIOS

- Durante 2012 el CPTM ejerció 2 828 525.9 miles de pesos, lo que significó un incremento de 297.1% respecto a lo programado originalmente, estos recursos fueron erogados a través de dos **grupos funcionales**: 1 Gobierno y 3 Desarrollo Económico. El primero comprende la **función** 3 Coordinación de la Política de Gobierno y el segundo considera la **función** 7 Turismo.
 - ◆ A nivel de **grupo funcional**, el de **Desarrollo Económico** representó el 99.6% del total de los recursos ejercidos y fue el que registró la mayor variación del gasto respecto al presupuesto original, al observar un incremento de 301.8%. Lo anterior, refleja el carácter prioritario en la asignación y ejercicio de los recursos para atender las campañas publicitarias y de promoción turística.
 - ◆ En el **grupo funcional Gobierno**, se ejerció el 0.4% del gasto total.

GASTO PROGRAMABLE EN CLASIFICACIÓN FUNCIONAL
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
(PESOS)

Clave			Concepto	Presupuesto									Variación Porcentual					
				Total			Corriente			Inversión			Pag./Aprob.			Pag./Modif.		
F	FN	SF		Aprobado	Modificado	Pagado	Aprobado	Modificado	Pagado	Aprobado	Modificado	Pagado	Total	Cte.	Inv.	Total	Cte.	Inv.
			TOTAL	712 291 257	2 846 332 591	2 828 525 946	712 291 257	2 846 332 591	2 828 525 946	0	0	0	297.1	297.1	0.0	-0.6	-0.6	0.0
1			Gobierno	10 867 748	10 585 382	10 312 782	10 867 748	10 585 382	10 312 782				-5.1	-5.1		-2.6	-2.6	
1	3		Coordinación de la Política de Gobierno	10 867 748	10 585 382	10 312 782	10 867 748	10 585 382	10 312 782				-5.1	-5.1		-2.6	-2.6	
1	3	4	Función Pública	10 867 748	10 585 382	10 312 782	10 867 748	10 585 382	10 312 782				-5.1	-5.1		-2.6	-2.6	
3			Desarrollo Económico	701 423 509	2 835 747 209	2 818 213 164	701 423 509	2 835 747 209	2 818 213 164	0	0	0	301.8	301.8	0.0	-0.6	-0.6	0.0
3	7		Turismo	701 423 509	2 835 747 209	2 818 213 164	701 423 509	2 835 747 209	2 818 213 164	0	0	0	301.8	301.8	0.0	-0.6	-0.6	0.0
3	7	1	Turismo	701 423 509	2 835 747 209	2 818 213 164	701 423 509	2 835 747 209	2 818 213 164	0	0	0	301.8	301.8	0.0	-0.6	-0.6	0.0

Las cifras a pesos y las sumas, pueden diferir por efectos de redondeo.

PROGRAMAS PRESUPUESTARIOS

- Durante 2012 el CPTM ejerció 2 828 525.9 miles de pesos, lo que significó un incremento de 297.1% respecto a lo programado originalmente, recursos que se destinaron en la operación de tres **programas presupuestarios**, distribuidos en dos grupos y tres modalidades.
- Los dos grupos de **programas presupuestarios** del CPTM **desempeño de las funciones y administrativos y de apoyo** registraron las variaciones siguientes:
 - ◆ El *grupo de Desempeño de las Funciones* se incrementó en 318.1%, con relación al presupuesto original.

TURISMO

- En **F001 Promoción de México como destino turístico** se pagaron 2 790 049 miles de pesos superando en 318.1% respecto del presupuesto total aprobado debido a que se atendió el Plan de Mercadotecnia y la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad Turística aprobados por la H. Junta de Gobierno del Consejo.
 - ◆ En el grupo Administrativos y de Apoyo, se erogaron recursos inferiores en 14.6% en relación a los asignados en el presupuesto original.
 - En la modalidad M001 Actividades de Apoyo Administrativo, se pagaron 28 164.1 miles de pesos el 17.6% menor respecto al aprobado.
 - El gasto en la modalidad **O001 Actividades de Apoyo y Buen Gobierno a la Función Pública**, fue inferior 5.1% respecto al originalmente asignado.
- A continuación se presenta el detalle del ejercicio del gasto del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V. por Grupo y Modalidad de los Programas Presupuestarios.

GASTO PROGRAMABLE POR GRUPO Y MODALIDAD DE PROGRAMAS PRESUPUESTARIOS, 2012 CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V. (PESOS)

Concepto		Presupuesto									Variación Porcentual					
		Total			Corriente			Inversión			Pag./Aprob.			Pag./Modif.		
Clave	Grupo/Modalidad	Aprobado	Modificado	Pagado	Aprobado	Modificado	Pagado	Aprobado	Modificado	Pagado	Total	Cte.	Inv.	Total	Cte.	Inv.
	TOTAL	712 291 257	2 846 332 591	2 828 525 946	712 291 257	2 846 332 591	2 828 525 946	0	0	0	297.1	297.1	0.0	-0.6	-0.6	0.0
	Desempeño de las Funciones	667 246 822	2 807 417 485	2 790 049 066	667 246 822	2 807 417 485	2 790 049 066				318.1	318.1		-0.6	-0.6	
F	Promoción y fomento	667 246 822	2 807 417 485	2 790 049 066	667 246 822	2 807 417 485	2 790 049 066				318.1	318.1		-0.6	-0.6	
	Administrativos y de Apoyo	45 044 435	38 915 106	38 476 880	45 044 435	38 915 106	38 476 880	0	0	0	-14.6	-14.6	0.0	-1.1	-1.1	0.0
M	Apoyo al proceso presupuestario y para mejorar la eficiencia institucional	34 176 687	28 329 724	28 164 098	34 176 687	28 329 724	28 164 098				-17.6	-17.6		-0.6	-0.6	
O	Apoyo a la función pública y al mejoramiento de la gestión	10 867 748	10 585 382	10 312 782	10 867 748	10 585 382	10 312 782				-5.1	-5.1		-2.6	-2.6	

Las cifras a pesos y las sumas, pueden diferir por efectos de redondeo.