

Ramo 21

Turismo

Programas presupuestarios cuya MIR se incluye en el reporte

F-002 Fomento y promoción de la inversión en el sector turístico

DATOS DEL PROGRAMA											
Programa presupuestario	F002 Fomento y promoción de la inversión en el sector turístico			Ramo	21	Turismo	Unidad responsable	W3N-Fondo Nacional de Fomento al Turismo	Enfoques transversales	Sin Información	
Finalidad	3 - Desarrollo Económico			Función	7 - Turismo		Subfunción	1 - Turismo		Actividad Institucional	3 - Incremento de la oferta turística orientada a proyectos viables y sustentables
RESULTADOS											
NIVEL	OBJETIVOS	INDICADORES							AVANCE		
		Denominación	Método de cálculo	Unidad de medida	Tipo-Dimensión-Frecuencia	Meta Programada		Realizado al periodo	Avance % al periodo		
Fin	Contribuir a impulsar el desarrollo equilibrado de los destinos turísticos del país	Variación porcentual de cuartos disponibles en destinos emergentes, Pueblos Mágicos y consolidados seleccionados	de VPCD=((CDDEPMCS/CDDEPMCS-1)-1)*100 Donde: VPCD=Variación porcentual anual en la oferta de cuartos disponibles en destinos emergentes, Pueblos Mágicos y consolidados seleccionados. CDDEPMCS= Cuartos disponibles en destinos emergentes, Pueblos Mágicos y consolidados seleccionados, al cierre del año t CDDEPMCS-1= Cuartos disponibles en destinos emergentes, Pueblos Mágicos y consolidados seleccionados, al cierre del año t-1 t=Año base	Porcentaje	Estratégico-Eficacia-Anual	1.84	N/A	N/A	N/A		
Propósito	Las Entidades Federativas del país incrementan su potencial de inversión turística	Porcentaje de Entidades Federativas que incrementaron su potencial de inversión turística	(Número de Entidades Federativas que incrementaron su potencial de inversión turística/Número de Entidades Federativas del país)*100	Porcentaje	Estratégico-Eficacia-Anual	75.00	N/A	N/A	N/A		
Componente	A Evaluaciones de Proyectos del sector turístico en Entidades Federativas realizadas	Porcentaje de Proyectos evaluados	(Número de proyectos evaluados)/(Número de proyectos solicitados)) X 100.	Porcentaje	Estratégico-Eficacia-Semestral	100.00	N/A	N/A	N/A		

DATOS DEL PROGRAMA										
Programa presupuestario	F002 Fomento y promoción de la inversión en el sector turístico	Ramo	21 Turismo	Unidad responsable	W3N-Fondo Nacional de Fomento al Turismo	Enfoques transversales	Sin Información			
	B Superficie del inventario de terrenos disponible para proyectos de inversión de las Entidades Federativas vendida	Porcentaje de superficie del inventario de terrenos disponibles	(Superficie total vendida en el periodo / Superficie programada para venta en el periodo) X 100	Porcentaje	Estratégico-Eficacia-Trimestral	100.00	25.00	6.94	27.76	
	C Estudios de Planeación Turística a Entidades Federativas proporcionados	Porcentaje de planeación proporcionados	(Número de estudios de planeación turística proporcionados en el año t / Número de estudios de planeación turística solicitados) X 100	Porcentaje	Estratégico-Eficacia-Semestral	100.00	N/A	N/A	N/A	
	D Hectáreas susceptibles de ser aprovechadas en proyectos turísticos en las Entidades Federativas identificadas	Porcentaje de hectáreas para proyectos turísticos	Número de hectáreas identificadas en el periodo/Número de hectáreas programadas a identificar en el periodo) X 100.	Porcentaje	Estratégico-Eficacia-Semestral	100.00	N/A	N/A	N/A	
Actividad	A 1 Difusión del Programa de Asesoría y Calificación de Proyectos	Porcentaje de reuniones, talleres o cursos de capacitación impartidos para la Difusión del Programa de Proyectos de Asesoría y Calificación de Proyectos.	(Número de reuniones, talleres o cursos de capacitación impartidos para la Difusión del Programa de Asesoría y Calificación de Proyectos)/(Número de reuniones, talleres o cursos de capacitación programados para la Difusión del Programa de Asesoría y Calificación de Proyectos) x 100	Porcentaje	Gestión-Eficacia-Trimestral	100.00	24.00	24.00	100.0	
	A 2 Generación oportuna de los elementos que integran la evaluación de proyectos de inversión.	Días promedio utilizados para la generación del análisis con los elementos que integran la evaluación de proyectos.	(Suma de los días utilizados para la evaluación de todos los proyectos)/(Número de proyectos evaluados).	Días Promedio	Gestión-Eficiencia-Trimestral	19.00	19.00	19.00	100.00	
	B 3 Realización de ventas de bienes inmuebles	Porcentaje de ventas reales realizadas de bienes inmuebles.	(Monto total de las ventas realizadas respecto a los bienes inmuebles del inventario disponible, en el periodo t / Monto total de ventas de bienes inmuebles programados en el periodo t) X 100	Porcentaje	Gestión-Eficacia-Trimestral	100.00	25.00	16.82	67.28	

DATOS DEL PROGRAMA										
Programa presupuestario	F002 Fomento y promoción de la inversión en el sector turístico	Ramo	21	Turismo	Unidad responsable	W3N-Fondo Nacional de Fomento al Turismo	Enfoques transversales	Sin Información		
	B 4 Identificación de estrategias para la comercialización de bienes inmuebles	Porcentaje de comercialización implementadas	de estrategias de	(Estrategias de comercialización para la venta de terrenos ejecutadas / Estrategias de comercialización programadas) X 100	Porcentaje	Gestión-Eficacia-Trimestral	100.00	26.67	26.67	100.00
	C 5 Formalización de Convenios de Estudios de Planeación Turística a estados y municipios.	Porcentaje de convenios a formalizados.	de convenios	(Número de convenios formalizados de estudios de planeación turística / número de convenios de planeación turística programados) X 100	Porcentaje	Gestión-Eficacia-Trimestral	100.00	0.00	0.00	N/A
	D 6 Elaboración de estudios para la identificación de reserva territorial elaborados susceptible de ser aprovechada en proyectos turísticos.	Porcentaje de estudios para la reserva territorial.	Número de estudios de identificación de reservas territoriales elaborados en el periodo/Número de estudios de identificación de reservas territoriales programados en el periodo) X 100.	Porcentaje	Gestión-Eficiencia-Trimestral	100.00	0.00	0.00	N/A	N/A
PRESUPUESTO										
							Meta anual	Meta al periodo	Pagado al periodo	Avance %
							Millones de pesos	Millones de pesos	Millones de pesos	Al periodo
PRESUPUESTO ORIGINAL							N/D	N/D	N/D	N/A
PRESUPUESTO MODIFICADO							N/D	N/D	N/D	N/A
Justificación de diferencia de avances con respecto a las metas programadas										
Indicadores con frecuencia de medición cuatrimestral, semestral, anual o con un periodo mayor de tiempo. Estos indicadores no registraron información ni justificación, debido a que lo harán de conformidad con la frecuencia de medición con la que programaron sus metas.										
Variación porcentual de cuartos disponibles en destinos emergentes, Pueblos Mágicos y consolidados seleccionados Sin Información,Sin Justificación										
Porcentaje de Entidades Federativas que incrementaron su potencial de inversión turística Sin Información,Sin Justificación										
Porcentaje de Proyectos evaluados Sin Información,Sin Justificación										

DATOS DEL PROGRAMA										
Programa presupuestario	F002	Fomento y promoción de la inversión en el sector turístico	Ramo	21	Turismo	Unidad responsable	W3N-Fondo Nacional de Fomento al Turismo	de Enfoques transversales	Sin Información	
Porcentaje de superficie vendida del inventario de terrenos disponibles Causa : Durante el primer trimestre del año se han experimentado consecuencias de factores macroeconómicos relacionados con la política exterior, lo que ha repercutido en las ventas, sin embargo, se planean diferentes estrategias comerciales que permitan cerrar las operaciones de compraventa que se tienen en seguimiento, ello aunado a las próximas campañas que se tienen en puerta para promover la inversión en los distintos Centros Integralmente Planeados.										
Efecto: Las causas mencionadas han tenido un impacto desfavorable para las ventas lo cual implica un menor ingreso propio respecto a lo previsto, y continuar pagando contribuciones de los lotes no comercializados.										
Otros Motivos: No existen										
Porcentaje de estudios de planeación turística proporcionados Sin Información,Sin Justificación										
Porcentaje de hectáreas identificadas para proyectos turísticos Sin Información,Sin Justificación										
Porcentaje de reuniones, talleres o cursos de capacitación impartidos para la Difusión del Programa de Asesoría y Calificación de Proyectos. Causa : Durante el primer trimestre del año 2025, se estableció una meta de 6 difusiones, mismas que se realizaron, con lo cual se cumplió la meta de 24% prevista para el periodo. Este resultado es fruto de una planificación adecuada. Se llevaron a cabo eventos en 6 entidades federativas del país, que son: Campeche (1), Guerrero (1), Estado de México (1), Nayarit (1), Sonora (1) y Yucatán (1).										
Efecto: Se cumplió la meta generando conocimiento y promoción del Programa de Asesoría y Fortalecimiento de Proyectos Turísticos resultando en un mayor número de micro, pequeños y medianos empresarios e inversionistas del país que conocen los servicios que ofrece el Programa susceptibles de ingresar a dicho programa, obteniendo una asesoría que les permita lograr la integración de su plan de negocios y en su caso la posibilidad de acceder a un financiamiento con base en sus alcances y necesidades.										
Otros Motivos: No existen										
Días promedio utilizados para la generación del análisis con los elementos que integran la evaluación de proyectos. Causa : La meta establecida para 2025 es de 19 días hábiles promedio, para la revisión y evaluación de los proyectos. Durante el periodo de enero a marzo se evaluaron 6 proyectos en un periodo de 114 días, lo que arroja un promedio de 19 días empleados en cada evaluación, cumpliendo con los días promedio programados. Durante el proceso de evaluación se puede atender de manera simultánea uno o más proyectos y contar con análisis previos en algunas zonas del país, lo que permite cumplir con los tiempos de la evaluación de los diferentes rubros en materia de clúster, mercado, técnico, operación, comercialización y financiero.										
Efecto: Los promoventes tienen la posibilidad de contar de manera oportuna con el análisis de la información, recomendaciones y requerimientos de información para la adecuada estructuración de su plan de negocios.										
Otros Motivos: El cumplimiento de los plazos establecidos contribuye a que los proyectos evaluados ingresen a la Banca para obtener un crédito. En la definición del indicador se estableció que se miden los días que en promedio son utilizados para la generación del análisis de clúster, mercado, operación, comercialización, técnico y financiero, que integran la evaluación de cada proyecto. Por lo tanto, el avance de la meta reportada depende del número de proyectos evaluados durante el periodo. En la meta esperada, el numerador representa los 152 días previstos para llevar a cabo la evaluación de 8 proyectos. En contraste, en la meta alcanzada, los datos del numerador reflejan los 114 días realmente utilizados para la evaluación de 6 proyectos.										

DATOS DEL PROGRAMA										
Programa presupuestario	F002	Fomento y promoción de la inversión en el sector turístico	Ramo	21	Turismo	Unidad responsable	W3N-Fondo Nacional de Fomento al Turismo	de Enfoques transversales	Sin Información	
Porcentaje de ventas reales realizadas de bienes inmuebles. Causa : Durante el primer trimestre del año se han experimentado consecuencias de factores macroeconómicos relacionados con la política exterior, lo que ha repercutido en las ventas, sin embargo, se planean diferentes estrategias comerciales que permitan cerrar las operaciones de compraventa que se tienen en seguimiento, ello aunado a las próximas campañas que se tienen en puerta para promover la inversión en los distintos Centros Integralmente Planeados. Efecto: Las causas mencionadas han tenido un impacto desfavorable para las ventas lo cual implica un menor ingreso propio respecto a lo previsto, y continuar pagando contribuciones de los lotes no comercializados. Otros Motivos: No existen										
Porcentaje de estrategias de comercialización implementadas Causa : Con corte al mes de marzo, se realizaron estrategias con la finalidad de llevar a cabo la Promoción y Fomento a la Inversión Turística, de los procedimientos de comercialización y el catálogo de bienes inmuebles del FONATUR, mediante las siguientes estrategias: 1. Estrategia de promoción de venta a través de descuentos por pronto pago en enero. 2. Estrategia de promoción de venta a través de descuentos por pronto pago en febrero 3. Estrategia orgánica en medios para impulsar Subasta Electrónica 4. Asistencia al Evento México 2025: Análisis y perspectivas económicas. Efecto: Se ha tenido mayor alcance del público objetivo. Otros Motivos: No existen										
Porcentaje de convenios formalizados. Causa : En el periodo enero a marzo de 2025, no se tiene programado la suscripción de convenios con estados, municipios, dependencias y otras Entidades Públicas, ya que en este periodo se lleva a cabo la revisión de entidades susceptibles de ser seleccionadas. Efecto: Derivado de este análisis se estaría obteniendo la integración de los expedientes correspondientes. Otros Motivos: No existen										
Porcentaje de estudios elaborados para la identificación de reserva territorial. Causa : En el periodo enero a marzo de 2025, no se tiene programado la elaboración de estudios para la identificación de reserva territorial, ya que en este lapso se realiza un análisis de gabinete del potencial turístico de las posibles zonas de estudios que permita definir la factibilidad de su realización. Efecto: Derivado de este análisis se estaría integrando las posibles zonas para la identificación de reservas territoriales. Otros Motivos: No existen										