

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	$VPCD=((CDDEPMCS/CDDEPMCS-1)-1)*100$ 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	$(\text{Número de Entidades Federativas que incrementaron su potencial de inversión turística}/\text{Número de Entidades Federativas del país}) * 100$	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	$(\text{Número de proyectos evaluados})/(\text{Número de proyectos solicitados})) \times 100.$	Porcentaje	Estratégico-Eficacia-Semestral	100.00	48.89	48.89	100.0	

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	Porcentaje de superficie vendida 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	60.00	10.07	16.78
	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	0.00	0.00	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	0.00	0.00	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 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	48.00	48.00	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	18.86	100.74

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 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	60.00	22.44	37.40	
	B 4 Identificación de estrategias para la comercialización de bienes inmuebles	Porcentaje de estrategias de comercialización implementadas		(Estrategias de comercialización para la venta de terrenos ejecutadas / Estrategias de comercialización programadas) X 100	Porcentaje	Gestión-Eficacia-Trimestral	100.00	53.33	53.33	100.00	
	C 5 Formalización de Convenios de Estudios de Planeación Turística a estados y municipios.	Porcentaje de convenios formalizados.		(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	33.33	N/A	
	D 6 Elaboración de estudios para la identificación de reserva territorial susceptible de ser aprovechada en proyectos turísticos.	Porcentaje de estudios elaborados para la identificación de 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	
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 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.											

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	
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									
Causa : Para el periodo de enero a junio de 2025 se estableció una meta de 22 evaluaciones se realizaron 22, alcanzándose un avance de la meta anual del 48.89%. Derivado de los trabajos realizados en el marco del Programa de Asesoría y Fortalecimiento de Proyectos Turísticos se elaboraron 22 asesorías de 22 que se tenían proyectadas, en 8 estados de: Hidalgo: 1, Quintana Roo: 4, Tabasco: 1, Campeche: 1, Chiapas: 3, Estado de México: 1, Guerrero: 10, Jalisco: 1.									
Efecto : Se asesora a los empresarios del sector turístico, en la correcta integración de sus planes de Negocio mediante el Programa ofrecido por FONATUR, para dotar de elementos de éxito que le permitan facilitar su acceso a un apoyo o financiamiento.									
Otros Motivos:No existen.									
Porcentaje de superficie vendida del inventario de terrenos disponibles									
Causa : A pesar de los esfuerzos realizados a través de las estrategias de promoción y fomento de la inversión, ejecutadas en el primer semestre de 2025; como son: oferta de descuentos por pronto pago, asistencia al Tianguis Turístico 2025, estrategia en radio comunitaria y en periódico nacional, no se han concretado las ventas esperadas; además se implementó la comercialización a través del nuevo procedimiento subasta electrónica, para lo cual se ejecutó la estrategia orgánica en medios para impulsarla, sin embargo, esto implica un periodo de adaptación con el público interesado en adquirir bienes inmuebles con el FONATUR.									
Efecto : No concretar las ventas estimadas para el periodo significan 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									
Causa : Para el periodo enero-junio de 2025, no se estableció meta. En este periodo se llevaron a cabo los procesos de revisión de solicitudes remitidas a FONATUR por los solicitantes para la elaboración de estudios en materia de planeación turística, así como el análisis de viabilidad e integración de expedientes necesarios para su realización, a fin de dar cumplimiento con meta la establecida. Además, durante el periodo enero-junio de 2025, se realizó está ejecutando el proceso de elaboración de los estudios denominados: *Programa de Desarrollo Turístico Municipal de Coyuca de Benítez. *Líneas de Acción para El Desarrollo Turístico Sostenible del Municipio de Guachochi, Estado De Chihuahua. *Líneas de Acción para el Aprovechamiento Turístico Sustentable de Puerto Marqués. Estado de Guerrero.									
Efecto : Derivado del análisis y proceso de revisión de solicitudes remitidas a Fonatur por los solicitantes para la elaboración de estudios de planeación turística se están llevando a cabo sesiones de negociación con los mismos para establecer las bases de colaboración y alcances de estudios susceptibles de ser desarrollados por el Fondo. En los meses subsecuentes se estarán reportando los avances de este indicador, conforme los resultados de la gestión correspondiente, así como el avance en el proceso de integración de sus expedientes de planeación y viabilidad técnica.									
Otros Motivos:No existen.									

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 hectáreas identificadas para proyectos turísticos									
Causa : Durante el periodo enero-junio de 2025, no se programó meta para este indicador. Asimismo, considerando la alineación de las acciones que realiza el FONATUR con el Plan Nacional de Desarrollo que prioriza el desarrollo económico con sostenibilidad como base del futuro y que las reservas territoriales identificadas por el FONATUR forman parte del patrimonio inmobiliario destinado a proyectos turísticos, conforme a los artículos 42 y 44 de la Ley General de Turismo. En congruencia con la visión de fomentar destinos sostenibles, el 15 de febrero de 2023 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Acuerdo por el que se instruye al FONATUR y a la SEMARNAT las acciones que se indican. Conforme al Artículo 1, dicho acuerdo limita la identificación de nuevas reservas por parte del FONATUR, ya que las superficies que las integran dejan de destinarse a su aprovechamiento para orientarse exclusivamente a su preservación como áreas naturales protegidas. Por lo antes expuesto, con fecha 28 de mayo del presente se ha solicitado la autorización para realzar el ajuste de meta a cero para el indicador.									
Efecto: No se considera efecto en la meta debido al ajuste de metas a cero en el indicador.									
Otros Motivos: Además de lo expuesto, resulta fundamental reforzar las acciones y recursos del Fondo al reordenamiento de destinos turísticos consolidados e involucrar de manera activa a las comunidades locales, con la finalidad de asegurar un desarrollo socioeconómico armonioso, en correspondencia con los objetivos nacionales, de desarrollo en el sector turístico.									
Porcentaje de reuniones, talleres o cursos de capacitación impartidos para la Difusión del Programa de Asesoría y Calificación de Proyectos.									
Causa : Para el periodo enero junio del ejercicio 2025, se estableció una meta de 12 difusiones y se realizaron 12, con lo cual se dio un avance anual de la meta 48%. Lo cual es resultado de una adecuada planeación. Se atendieron eventos en 9 entidades federativas del país, estas son: Campeche: 3, Estado de México: 1, Guerrero: 2, Nayarit: 1, Sonora: 1, Yucatán: 1, Jalisco: 1, Sinaloa: 1, Quintana Roo: 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.									

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	
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 junio se evaluaron 22 proyectos en un periodo de 415 días, lo que arroja un promedio de 18.86 días empleados en cada evaluación, cumpliendo con los días programados para su atención. 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 418 días previstos para llevar a cabo la evaluación de 22 proyectos. En contraste, en la meta alcanzada, los datos del numerador reflejan los 415 días realmente utilizados para la evaluación de 22 proyectos.									
Porcentaje de ventas reales realizadas de bienes inmuebles. Causa : A pesar de los esfuerzos realizados a través de las estrategias de promoción y fomento de la inversión, ejecutadas en el primer semestre de 2025; como son: oferta de descuentos por pronto pago, asistencia al Tianguis Turístico 2025, estrategia en radio comunitaria y en periódico nacional, no se han concretado las ventas esperadas; además se implementó la comercialización a través del nuevo procedimiento, subasta electrónica, para lo cual se ejecutó la estrategia orgánica en medios para impulsarla, sin embargo, esto implica un periodo de adaptación con el público interesado en adquirir bienes inmuebles con el FONATUR. Efecto: No concretar las ventas estimadas para el periodo significan un menor ingreso propio respecto a lo previsto, y que no se desarrollen proyectos turísticos en estos lotes. Otros Motivos: No existen.									
Porcentaje de estrategias de comercialización implementadas Causa : Con corte al mes de junio, 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. 5. Estrategia orgánica en medios para impulsar la Segunda Subasta Electrónica. 6. Asistencia al Tianguis Turístico. 7. Estrategia en radio comunitaria. 8. Estrategia en periódico nacional. Efecto: Se ha tenido mayor alcance del público objetivo. Otros Motivos: No existen.									