



Programa Nacional de Rendición de Cuentas, Transparencia y Combate a la Corrupción 2008-2012

Reporte del Seguimiento 2012 de las Líneas de Acción de los Programas Sectoriales en materia de Rendición de Cuentas, Transparencia y Combate a la Corrupción

SECRETARIA DE TURISMO

Nombre, Cargo y Datos del Responsable (s) de la Información

Carlos Arturo Cruz Pérez, Director de Capacitación Turística. Tel 30 03 16 00 ext. 4422, ccruz@sectur.gob.mx

ACCIONES Y RESULTADOS DEL PROGRAMA SECTORIAL

No	Objetivo	Estrategia	Línea de Acción del Programa Sectorial	Acción o Proyecto	Meta 2012	Acciones Realizadas	Periodo	Resultados y Contribuciones	Cumplimiento
1	3 De concurrencia legal y normativa. Actualizar y fortalecer la gestión del marco legal y regulatorio del sector y las disposiciones concurrentes relacionadas con la regulación ambiental, laboral, de inversión pública y privada, educación, seguridad pública, salud e higiene, para contribuir al aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y culturales, el fomento a la inversión privada y social, así como el bienestar de las poblaciones residentes en destinos turísticos.	E.3.1. Fortalecer la concurrencia legal y normativa e impulsar la cultura de la legalidad en el sector	3.1.10. Fomentar la ética en la prestación de los servicios turísticos estableciendo programas preventivos y educativos referentes a la trata de personas en el turismo, especialmente la que afecta a los menores de edad, en coordinación con otras dependencias y con los tres órdenes de gobierno, involucrando la participación del sector empresarial y de la sociedad civil.	Programa para Prevenir la Trata de Personas en el Sector de Viajes y Turismo	Implementación de un programa Nacional para Prevenir la Trata de Personas en el Sector de Viajes y Turismo  Prestadores de servicios sensibilizados y capacitados en el tema de trata de personas en el sector de viajes y turismo  Implementación de Códigos de Conducta para la protección de las niñas, niños y adolescentes en el sector de viajes y turismo	Firma de Convenio de Colaboración entre SECTUR y la Confederación Revolucionaria de Obreros y Campesinos (CROC).  Impartición de 20 cursos de diferentes temáticas, tales como Cultura Turística para Personal de Contacto, Calidad en el Servicio, Actualización de Guías de Turistas y Formación de Facilitadores para la Cultura Turística.  Impartición de 52 cursos de las siguientes temáticas: Cultura Turística para Personal de Contacto, Calidad en el Servicio, Actualización de Guías de Turistas y Formación de Facilitadores para la Cultura Turística.  Impartición de 53 cursos en las temáticas de Cultura Turística para Personal de Contacto, Calidad en el Servicio, Actualización de Guías de Turistas y Formación de Facilitadores para la Cultura Turística.  1.- Foros de sensibilización sobre la trata de personas y la explotación sexual comercial de niños y niñas y adolescentes dirigido a prestadores de servicios turísticos. 2.- Cursos de formación de facilitadores sobre la prevención de la trata de personas en el sector turístico. 3.- Asesoría para identificar los factores que permiten la trata de personas en cuatro destinos turísticos de México, e instrumentación de mecanismos de acción para los diferentes sectores: académico, empresarial, laboral e institucional, para el combate a la problemática desde la óptica de la prevención; así como determinar los aspectos jurídico-sociales para la prevención de la explotación sexual comercial infantil y sus repercusiones en el sector turismo.  1.- Foros de sensibilización sobre la trata de personas y la explotación sexual comercial de niños y niñas adolescentes dirigido a prestadores de servicios turísticos. 2. Cursos de formación de facilitadores sobre la prevención de la trata de personas en el sector turístico.  Firma del Acuerdo Nacional para la implementación del Código de Conducta Nacional para la Protección de Niñas, Niños y Adolescentes en el Sector de los Viajes y el Turismo"  1.- Foros de sensibilización sobre la trata de personas y la explotación sexual comercial de niños y niñas y adolescentes dirigido a prestadores de servicios turísticos. 2.-Cursos de formación de facilitadores sobre la prevención de la trata de personas en el sector turístico.  Implementación de Códigos de Conducta para la Protección de niñas, niños y adolescentes en el sector de viajes y turismo	11/10/2007  2007  2008  2009  2010  2011  22/08/2011  2012  2011 - 2012	Marco legal que permite implementar acciones conjuntas para evitar y prevenir la explotación sexual comercial infantil (ESCI) en beneficio de los menores de edad, los trabajadores, sus familias y del sector turístico.  1,008 prestadores de servicios capacitados en los estados Chiapas, Quintana Roo, Tamaulipas, Guerrero, Oaxaca, Nayarit, Sinaloa y Yucatán.  2,159 prestadores de servicios capacitados en los estados de Campeche, Veracruz, Guerrero, Quintana Roo, Tamaulipas, Hidalgo, Yucatán, Chiapas, Baja California Sur y Oaxaca.  2,064 prestadores de servicios capacitados en las entidades de Veracruz, Guerrero, Sinaloa, Yucatán, Quintana Roo, Oaxaca, Tamaulipas, Durango y Campeche.  2011 personas sensibilizadas en prevención a la trata de Personas con fines de explotación sexual comercial de niñas Niños y adolescentes. • 532 prestadores de servicios turísticos formados como replicadores del tema • Diagnóstico de la situación en 4 destinos Turísticos (Acapulco Gro., Cancún y Riviera Maya, Q. Roo., Puerto Vallarta, Jal.). • Desarrollo metodológico de los instrumentos aplicados • Cuadernillos con mecanismos de acción para los diferentes sectores: Académico, Empresarial y laboral e Institucional • Aspectos jurídicos-sociales para la prevención de la explotación sexual comercial infantil y sus repercusiones en el sector turismo  919 personas sensibilizadas en prevención a la trata de personas con fines de explotación sexual comercial de niñas, niños y adolescentes.  415 prestadores de servicios formados como replicadores del tema  Es un instrumento de autorregulación y de adhesión voluntaria de la Industria Turística a favor de la protección de los derechos de niñas, niños y adolescentes en contra de explotación sexual.  LOS CABOS, BAJA CALIFORNIA SUR 14 Y 15 DE JUNIO DE 2012 206 personas sensibilizadas. VILLAHERMOSA, TABASCO 26 Y 27 DE JUNIO DE 2012 764 personas sensibilizadas 30 facilitadores formados como replicadores del tema Total 1000 personas beneficiadas.  393 Códigos firmados por empresa del sector de viajes y turismo	100%



Programa Nacional de Rendición de Cuentas, Transparencia y Combate a la Corrupción 2008-2012

Reporte del Seguimiento 2012 de las Líneas de Acción de los Programas Sectoriales en materia de Rendición de Cuentas, Transparencia y Combate a la Corrupción

SECRETARÍA DE TURISMO

Nombre, Cargo y Datos del Responsable (s) de la información

Mario Alberto Magdaleno Peralta, Director de Verificación, teléfono: 30 02 63 00 ext. 1259 y 1244 correo electrónico: mperalta@sectur.gob.mx

ACCIONES Y RESULTADOS DEL PROGRAMA SECTORIAL

No	Objetivo	Estrategia	Línea de Acción del Programa Sectorial	Acción o Proyecto	Meta 2012	Acciones Realizadas	Periodo	Resultados y Contribuciones	Cumplimiento
1	3. De concurrencia legal y normativa.  Actualizar y fortalecer la gestión del marco legal y regulatorio del sector y las disposiciones concurrentes relacionadas con la regulación ambiental, laboral, de inversión pública y privada, educación, seguridad pública, salud e higiene, para contribuir al aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y culturales, el fomento a la inversión privada y social, así como el bienestar de las poblaciones residentes en destinos turísticos.	E.3.1. Fortalecer la concurrencia legal y normativa e impulsar la cultura de la legalidad en el sector.	3.1.6. Desarrollo de acciones preventivas y correctivas, para impulsar el cumplimiento de la legislación y normativa turística federal.	Marco normativo aplicable a los prestadores de servicios turísticos verificados.	Realizar 250 visitas de verificación	En el periodo comprendido de 2007 a 2011 se han realizado un total de 3,639 visitas de verificación a prestadores de servicios turísticos. En lo que respecta al 2012 las visitas de verificación comenzarán a partir del mes de agosto.	2007 -2011	Un mayor cumplimiento de la normatividad turística. El programa de verificación 2012 comenzará a apartir del mes de julio del presente año.	(Número de prestadores de servicios dictaminados que cumplen la normatividad en el año T / Número de dictámenes generados en el año T) X 100 <b>R= 100%</b>
				Atender y dar seguimiento a las quejas presentadas por los turistas, dando especial tratamiento a aquellas que puedan traducirse en un riesgo o impacto negativo para el sector.	Porcentaje	Del 2007 al 30 de junio de 2012 se han recibido un total de 1,303 quejas presentadas por los turistas.	2007-Junio 2012	El total de quejas, se han atendido hasta su conclusión.	(Número de quejas resueltas en el año T / Número de quejas presentadas en en el año T) X 100 <b>R= 100%</b>
				Inscripción de prestadores de servicios turísticos en el Registro Nacional de Turismo (RNT) e impulsar la modernización al mismo, para que las autoridades estatales de turismo se encarguen de la operación.	Porcentaje	Del periodo de 2007 a la fecha se recibieron un total de 4,217 solicitudes de inscripción al RNT.	2007-Junio 2012	Se han atendido en su totalidad las 4,217 solicitudes presentadas.	Número de inscripciones al RNT/ Número de solicitudes de inscripción al RNT) X 100 <b>R=100%</b>
				Robustecer los esquemas de coordinación con las autoridades estatales para emprender las acciones de verificación que determine la Dirección General de Mejora Regulatoria (DGMR).	Permanente	A la fecha se tienen firmados 22 acuerdos de coordinación.	2007-Junio 2012	Los 22 acuerdos de coordinación firmados son en materia de verificación de los prestadores de servicios turísticos.	<b>69%</b>

Seguimiento final de las Líneas de Acción de los Programas Sectoriales en materia de Rendición de Cuentas, Transparencia y Combate a la Corrupción comprometidas en 2009

FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO Y EMPRESAS FILIALES FONATUR CONSTRUCTORA, S.A. DE C.V.,  
FONATUR MANTENIMIENTO TURISTICO, S.A. DE C.V. Y FONATUR OPERADORA PORTUARIA, S.A. DE C.V.

Nombre, Cargo y Datos del Responsable (s) de la información

FONATUR, DIRECCIÓN ADJUNTA DE COMERCIALIZACIÓN, EZEQUIEL SIGUENZA CALDERON, GERENTE DE ESTRATEGIA DE VENTAS, esiguenza@fonatur.gob.mx;  
FONATUR OPERADORA PORTUARIA, BARBACHANO BERNAL ALEJANDRO, SUBDIRECTOR DE ADMINISTRACIONES PORTUARIAS INTEGRALES, abarbachano@fonatur.gob.mx; GONZALEZ ALCANTARA LAMMOGLIA JUAN EVARISTO, SUBDIRECTOR DE ESCALAS NAUTICAS, jgonzalezalcantara@fonatur.gob.mx;  
FONATUR MANTENIMIENTO TURISTICO, ROJAS GARCIA JOSE CARLOS, GERENTE CENTRAL, crojas@fonatur.gob.mx;  
FONATUR CONSTRUCTORA, LOBO INZUNZA JOSE ANTONIO, SUBDIRECTOR DE PLANEACION, jalobo@fonatur.gob.mx.

INDICADORES

No	Línea de Acción del Programa Sectorial	Acciones Específicas	Indicadores	Método de Cálculo	Unidad de Medida	Línea Base año	Avances 2009	Avances 2010	Avances 2011	Avances 2012	Meta 2012
1	4.1.1 Diversificación y consolidación de la oferta turística, a través del desarrollo de productos turísticos en las categorías de sol playa, turismo de naturaleza, cultural, salud, cruceros, reuniones, deportivo turismo religioso, urbano, turismo social y otros que se consideren pertinentes de acuerdo a los criterios de la política turística nacional	Encuesta de satisfacción del proceso de comercialización a inversionistas	Satisfacción del inversionista	promedio de los rubros transparencia, confiabilidad, oportunidad y amabilidad	porcentaje	96%	98%	98%	98%	98%	98%
2	4.1.1 Diversificación y consolidación de la oferta turística, a través del desarrollo de productos turísticos en las categorías de sol playa, turismo de naturaleza, cultural, salud, cruceros, reuniones, deportivo turismo religioso, urbano, turismo social y otros que se consideren pertinentes de acuerdo a los criterios de la política turística nacional	Encuesta de satisfacción de servicios proporcionados en Escalas Nauticas y Administradoras Portuarias Integrales	Satisfacción del cliente	promedio de los indicadores de la encuesta	porcentaje	85%	85%	85%	85%	85%	85%
3	6.1.7 Fortalecimiento de las acciones de mantenimiento de centros turísticos	Difusión trimestral de los resultados que ayuda a compradores de agua tratada a tomar mejores decisiones	Análisis de laboratorio y aplicación de la norma	Evidencia documental programada (oficios a compradores, FONATUR y publicación en las instalaciones contra evidencia documental existente)	porcentaje	0	100%	100%	100%	100%	100%
4	6.1.6 Consolidación de destinos turísticos y desarrollo de nuevos centros turísticos en sitios con amplio potencial de desarrollo	Cumplimiento en la ejecución de obras para la urbanización del nuevo Centro Integralmente Planeado de Sinaloa. Meta 20 Hectáreas	Hectáreas urbanizadas conforme a lo previsto en el contrato a entera satisfacción del cliente	Superficie con servicios entre superficie programada a urbanizar anual	porcentaje	0	100%	100%	100%	100%	100%
5											
6											
7											
8											

ACCIONES Y RESULTADOS CUALITATIVOS DEL PROGRAMA SECTORIAL

No	ACCIONES REALIZADAS	RESULTADOS CUALITATIVOS
1	Durante el periodo se realizaron 105 operaciones de venta que representaron 84 inversionistas obteniendo respuesta de 73 inversionistas.	-De las encuestas de satisfacción al inversionista realizadas, la respuesta promedio del periodo fue de 100% de satisfacción positiva, indicador que nos permitió conocer que el proceso de comercialización es satisfactorio
2	Se practicaron encuestas de satisfacción a los clientes de las unidades de negocio de Fonatur Operadora Portuaria	-Las encuestas aplicadas en las unidades de negocio en el periodo 2009 - 2012, sirvieron para dar cumplimiento a los requerimientos establecidos en los programas de calidad y mejora continua, en el marco del Programa de Gestión de Calidad, difundir los planes de protección a las instalaciones portuarias, programa de protección civil y señalamiento de los puntos de reunión en caso de contingencias, conocer el grado de satisfacción de nuestros clientes en las diferentes unidades de negocio, asegurar la calidad en el servicio e información recibido en las unidades de negocio y definir y aplicar iniciativas de mejora con base en los requerimientos y percepción de los usuarios
3	Monitoreo trimestral de la calidad del agua tratada en las 13 plantas de tratamiento de aguas residuales a cargo de FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V	-De acuerdo a las acciones realizadas en la operación y mantenimiento de las plantas de tratamiento de aguas residuales, se muestra que se trata el agua con la calidad que establecen las normas correspondientes
4	En cuanto a la consolidación de destinos turísticos y desarrollo de nuevos centros turísticos en sitios con amplio potencial de desarrollo se llevó a cabo el cumplimiento en la ejecución de obras para la urbanización del nuevo Centro Integralmente Planeado de Sinaloa (Opinión de la satisfacción del cliente) con una meta de 20 hectáreas en el 2011	-Se firmó contrato relativo al Centro Integralmente Planeado de Costa del Pacífico en el primer semestre del 2010 y se concluyó al 100% el 31 de diciembre del mismo año. En el 1er semestre de 2011, se continuó con los trabajos para la terminación de la Tera fase de la 1a Etapa de las Vialidades de Acceso al Polígono de FONATUR donde se construyó el desarrollo turístico de Playa Espiritu, mientras que en el 2do semestre del año en cuestión, se tenía planeado urbanizar 20 hectáreas en el periodo comprendido del 22 de junio al 20 de diciembre del 2011. Sin embargo, por el recorte presupuestal al contrato del 75%, no se alcanzó la meta programada continuando únicamente con la formación de terracerías y el suministro de tubería y alumbrado público. La meta se retomará para el ejercicio 2012
5		
6		
7		



Programa Nacional de Rendición de Cuentas, Transparencia y Combate a la Corrupción 2008-2012

Reporte Final de las Líneas de Acción de los Programas Sectoriales en materia de Rendición de Cuentas, Transparencia y Combate a la Corrupción comprometidas en 2009

NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO Y EMPRESAS FILIALES FONATUR CONSTRUCTORA, S.A. DE C.V., FONATUR MANTENIMIENTO TURISTICO, S.A. DE C.V. Y FONATUR OPERADORA PORTUARIA, S.A.

Nombre, Cargo y Datos del Responsable (s) de la información

FONATUR, DIRECCIÓN ADJUNTA DE COMERCIALIZACIÓN, EZEQUIEL SIGUENZA CALDERON, GERENTE DE ESTRATEGIA DE VENTAS, [esiguenza@fonatur.gob.mx](mailto:esiguenza@fonatur.gob.mx);  
 FONATUR OPERADORA PORTUARIA, BARBACHANO BERNAL ALEJANDRO, SUBDIRECTOR DE ADMINISTRACIONES PORTUARIAS INTEGRALES, [abarbachano@fonatur.gob.mx](mailto:abarbachano@fonatur.gob.mx); GONZALEZ ALCANTARA LAMMOGLIA JUAN EVARISTO, SUBDIRECTOR DE ESCALAS NAUTICAS, [jegonzalezalcantara@fonatur.gob.mx](mailto:jegonzalezalcantara@fonatur.gob.mx);  
 FONATUR MANTENIMIENTO TURISTICO, ROJAS GARCIA JOSE CARLOS, GERENTE CENTRAL, [crojas@fonatur.gob.mx](mailto:crojas@fonatur.gob.mx);  
 FONATUR CONSTRUCTORA, LOBO INZUNZA JOSE ANTONIO, SUBDIRECTOR DE PLANEACION, [jalobo@fonatur.gob.mx](mailto:jalobo@fonatur.gob.mx).

ACCIONES Y RESULTADOS DEL PROGRAMA SECTORIAL

No	Objetivo	Estrategia	Línea de Acción del Programa Sectorial	Acción o Proyecto	Meta 2012	Actividades Realizadas	Periodo	Resultados y Contribuciones	Cumplimiento
1	Objetivo 4 De oferta competitiva Consolidar la oferta existente y los proyectos en proceso, así como la captación de nueva inversión en proyectos y desarrollo turísticos	ESTRATEGIA E.4 Rediseñar los instrumentos de política hacia el fomento productivo	4.1.1 Diversificación y consolidación de la oferta turística, a través del desarrollo de productos turísticos en las categorías de sol playa, turismo de naturaleza, cultural, salud, cruceros, reuniones, deportivo turismo religioso, urbano, turismo social y otros que se consideren pertinentes de acuerdo a los criterios de la política turística nacional	Encuesta de satisfacción del proceso de comercialización a inversionistas	98%	Durante el periodo se realizaron 105 operaciones de venta que representaron 84 inversionistas obteniendo respuesta de 73 inversionistas	2do semestre de 2009 a 2do semestre 2011	De las encuestas de satisfacción al inversionista realizadas, la respuesta promedio del periodo fue de 100% de satisfacción positiva, indicador que nos permitió conocer que el proceso de comercialización es satisfactorio	Cumplido
2	Objetivo 4 De oferta competitiva Consolidar la oferta existente y los proyectos en proceso, así como la captación de nueva inversión en proyectos y desarrollo turísticos apoyando con planes de financiamiento asesoría técnica y	ESTRATEGIA E.4 Rediseñar los instrumentos de política hacia el fomento productivo	4.1.1 Diversificación y consolidación de la oferta turística, a través del desarrollo de productos turísticos en las categorías de sol playa, turismo de naturaleza, cultural, salud, cruceros, reuniones, deportivo turismo religioso, urbano, turismo social y otros que se consideren pertinentes de acuerdo a los criterios de la política turística nacional.	Encuesta de satisfacción de servicios proporcionados en Escalas Nauticas y Administradoras Portuarias Integrales	85%	Se practicaron encuestas de satisfacción a los clientes de las unidades de negocio de Fonatur Operadora Portuaria	2do semestre de 2009 a 2do semestre 2011	Las encuestas aplicadas en las unidades de negocio en el periodo 2009 - 2012, sirvieron para dar cumplimiento a los requerimientos establecidos en los programas de calidad y mejora continua en el marco del Programa de Gestión de Calidad, difundir los planes de protección a las instalaciones portuarias, programa de protección civil y señalamiento de los puntos de reunión en caso de contingencias, conocer el grado de satisfacción de nuestros clientes en las diferentes unidades de negocio, asegurar la calidad en el servicio e información recibido en las unidades de negocio y definir y aplicar iniciativas de mejora con base en los requerimientos y percepción de los usuarios.	Cumplido
3	Objetivo 6 De fomento productivo Elevar la productividad y competitividad de los destinos turísticos y las empresas privadas y sociales, para aumentar la	ESTRATEGIA E.6 Desarrollar oferta competitiva	6.1.7 Fortalecimiento de las acciones de mantenimiento de centros turísticos.	Difusión trimestral de los resultados que ayuda a compradores de agua tratada a tomar mejores decisiones	100%	Monitoreo trimestral de la calidad del agua tratada en las 13 plantas de tratamiento de aguas residuales a cargo de FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V	2do semestre de 2009 a 2do semestre 2011	De acuerdo a las acciones realizadas en la operación y mantenimiento de las plantas de tratamiento de aguas residuales, se muestra que se trata el agua con la calidad que establecen las normas correspondientes	Cumplido
4	Objetivo 6 De fomento productivo Elevar la productividad y competitividad de los destinos turísticos y las empresas privadas y sociales, para aumentar la atracción de la oferta tradicional y emergente de México, evaluando de manera permanente la gestión y	ESTRATEGIA E.6 Desarrollar oferta competitiva	6.1.6 Consolidación de destinos turísticos y desarrollo de nuevos centros turísticos en sitios con amplio potencial de desarrollo.	Cumplimiento en la ejecución de obras para la urbanización del nuevo Centro Integralmente Planeado de Sinaloa. Meta 20 Hectáreas	100%	En cuanto a la consolidación de destinos turísticos y desarrollo de nuevos centros turísticos en sitios con amplio potencial de desarrollo se llevó a cabo el cumplimiento en el ejecución de obras para la urbanización del nuevo Centro Integralmente Planeado de Sinaloa (Opinión de la satisfacción del cliente) con una meta de 20 hectáreas en el 2011	2do semestre de 2009 a 2do semestre 2011	Se firmó contrato relativo al Centro Integralmente Planeado de Costa del Pacífico en el primer semestre del 2010 y se concluyó al 100 % el 31 de diciembre del mismo año. En el 1er semestre de 2011, se continuó con los trabajos para la terminación de la 1era fase de la 1a Etapa de las Vialidades de Acceso al Polígono de FONATUR donde se construyó el desarrollo turístico de Playa Espíritu, mientras que en el 2do semestre del año en cuestión, se tenía planeado urbanizar 20 hectáreas en el periodo comprendido del 22 de junio al 20 de diciembre del 2011. Sin embargo, por el recorte presupuestal al contrato del 75%, no se alcanzó la meta programada continuando únicamente con la formación de terracerías y el suministro de tubería y alumbrado público. La meta se retoma para el ejercicio 2012.	Cumplido parcialmente

SPP  
**Programa Nacional de Rendición de Cuentas, Transparencia y Combate a la Corrupción 2008-2012**  
**Seguimiento final de las Líneas de Acción de los Programas Sectoriales en materia de Rendición de Cuentas, Transparencia y Combate a la Corrupción comprometidas en 2009**  
**CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO S.A. DE C.V.**

Nombre, Cargo y Datos del Responsable (s) de la Información: **Gabriela Espinosa Teran, Directora de Inteligencia de Mercado Teléfono 52 78 42 00 Ext. 1542 gesteran@promotur.com.mx**

INDICADORES											
No.	Línea de Acción del Programa Sectorial	Acciones Específicas	Indicadores	Método de Cálculo	Unidad de Medida	Línea Base año 2009	Avances 2009	Avances 2010	Avances 2011	Avances 2012	Meta 2012
1	Posicionar la imagen de México en los principales mercados emisores	Incrementar el posicionamiento de la Marca México	Porcentaje de la población objetivo en Norteamérica que menciona a México como destino turístico	(Encuestas que mencionan a México/AE/Encuestas con intención de viajar/NA)x100	Porcentaje	30 50%	1%	100%	-1%	35%	32%
2		Incrementar el posicionamiento de la Marca México	Porcentaje de la población objetivo en otros mercados que menciona México como destino para viajar	(Encuestas que mencionan a México/OM/Encuestas con intención de viajar/OM)x100	Porcentaje	6%	437%	200%	6%	11%	7%
3		Incrementar la intención de viaje hacia México y en México	Porcentaje de la población objetivo en Norteamérica que menciona a México como destino turístico	Encuestas con intención de viajar a México/AE/Encuestas con intención de Viajar/NA)x100	Porcentaje	17%	208%	114%	-2%	6%	17%
4		Incrementar la intención de viaje hacia México y en México	Porcentaje de la población objetivo en otros mercados que menciona México como destino para viajar	(Encuestas con intención de viajar a México/OM/Encuestas con intención de Viajar/OM)x100	Porcentaje	4%	424%	208%	7%	11%	6%
5											
6											
7											
8											
9											
10											

**ACCIONES Y RESULTADOS CUALITATIVOS DEL PROGRAMA SECTORIAL**

No.	ACCIONES REALIZADAS	RESULTADOS CUALITATIVOS
1	La medición se lleva a cabo a través de encuestas al consumidor de turismo egresivo para analizar el tracking publicitario. Esta herramienta es de aplicación continua en los mercados de Norteamérica (Estados Unidos y Canadá) y el mercado nacional. Para los mercados del resto del mundo (Europa y Sudamérica) la medición se realiza en dos olas una para la observación del verano y otra del invierno.	
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

Se ha mejorado el posicionamiento y la intención de viaje a México en todos los mercados. En el caso del mercado de Norteamérica, ha habido una disminución en la intención de viaje, no solo hacia México sino en general a todos los destinos internacionales de la región. Al respecto los resultados muestran que el destino que menos a disminuido su intención de viaje es México. En el mercado Norteamericano se ha registrado un incremento de tres puntos porcentuales por arriba de la meta 2012, mientras que para los mercados del resto del mundo (Europa y Sudamérica) hay una variación de cuatro puntos porcentuales por arriba de la meta 2012. Por lo que toca a la intención de viaje de los países del resto del mundo se observan cinco puntos porcentuales por arriba de la meta 2012.

