

## SEGUIMIENTO A ASPECTOS SUSCEPTIBLES DE MEJORA CLASIFICADOS COMO ESPECÍFICOS, DERIVADOS DE INFORMES Y EVALUACIONES EXTERNAS

*Secretaría de Turismo*

Avance al Documento de Trabajo:

*F-001 Promoción de México como destino turístico*

*Periodo 2012-2013*

No.	Aspecto Susceptible de Mejora	Actividades	Área Responsable	Fecha de Término	Resultados Esperados	Productos y/o Evidencias	% de Avance de la Actividad	Nombre del Documento Probatorio	Ubicación del Documento Probatorio	Observaciones	Mes y Año	Promedio
1	Formalización de la definición de los distintos mercados, la metodología de su cuantificación y periodos de actualización .	*Definir mercado relevante y mercado objetivo *Elaborar las metodologías definir periodos de actualización *Incluirlos en un documento oficial a presentar a la Junta de Gobierno	Consejo de Promoción Turística de México	30/09/2013	Claridad en los objetivos del programa	Documento metodológico	90	Guía metodológica para determinar los principales mercados y segmentos turísticos internacionales para México	Documento interno del CPTM	Falta que se le dé carácter de oficial a este documento.	Septiembre-2013	90%
2	Definición del mercado objetivo enfocado y acotado a segmentos específicos.	-Definir los perfiles del mercado objetivo y sus segmentos específicos. -Elaborar las metodologías definir periodos de actualización -Incluirlos en un documento oficial a presentar a la Junta de Gobierno	Consejo de Promoción Turística de México	30/09/2013	Claridad en los perfiles y segmentos a los cuales se debe enfocar la promoción.	Documento metodológico	90	Guía metodológica para determinar los principales mercados y segmentos turísticos internacionales para México	Documento interno del CPTM	NA	Septiembre-2013	90%
3	Evaluación de rentabilidad de la inversión publicitaria	Obtención de información en el tercer año para realizar la medición de resultados.	Consejo de Promoción Turística de México (Coordinación de Planeación)	31/12/2015	Generación de los resultados de evaluación (2015)	Resultados de Evaluación de las campañas (2015)	N/A	NA	NA	NA	Septiembre-2013	80%
		Construcción del mecanismo de evaluación con el segundo año de información.	Consejo de Promoción Turística de México (Coordinación de Planeación)	31/12/2014	Versión final del mecanismo de evaluación del ROI (2014)	Documento Metodológico Final (2014)	N/A	NA	NA	NA	Septiembre-2013	
		Construcción del mecanismo de evaluación con el primer año de información.	Consejo de Promoción Turística de México (Coordinación de Planeación)	31/12/2013	Revisión de la metodología de estimación del ROI (2013)	Documento Metodológico Preliminar (2013)	80	Marco Metodológico para la medición del retorno de la inversión publicitaria	Documento interno del CPTM	Se cuenta con una primera versión del documento de Marco Metodológico preliminar.	Septiembre-2013	

*Formato oficial emitido por el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) y la Secretaría de la Función Pública (SFP) para el Mecanismo para el seguimiento a los aspectos susceptibles de mejora derivados de informes y evaluaciones a los programas federales de la Administración Pública Federal.*

*Año de elaboración: 2013*

No.	Aspecto Susceptible de Mejora	Actividades	Área Responsable	Fecha de Término	Resultados Esperados	Productos y/o Evidencias	% de Avance de la Actividad	Nombre del Documento Probatorio	Ubicación del Documento Aprobatorio	Observaciones	Mes y Año	Promedio
4	Evaluación de procesos operativos del programa.	<p>*Se evaluarán los procesos referentes a publicidad (programas) cooperativa.</p> <p>*Se evaluarán los procesos referentes a publicidad institucional internacional.</p> <p>*Se analizarán los procesos relacionados con el control y seguimiento de los eventos promocionales y ferias, con el fin de establecer los requerimientos iniciales para la definición de parámetros de un sistema integral de información para las áreas relacionadas.</p>	Consejo de Promoción Turística de México	31/10/2013	Mejora de la eficiencia y gestión del proceso mayor claridad en los procesos para generar publicidad en el mercado internacional.	<p>Programas cooperativos: Documento de resultados</p> <p>Publicidad Institucional: Documento metodológico</p> <p>Ferías: Documento metodológico (Opinión técnica especializada y diseño preliminar)</p>	60	Desarrollo de un CRM a la medida, Consejo de Promoción Turística de México, Versión 1	<a href="http://www.marsystems.com.mx/default.aspx">http://www.marsystems.com.mx/default.aspx</a>	Opinión técnica de Mar Systems S.A. de C.V. (Firma de consultores especializados en el diseño y desarrollo de soluciones tecnológicas)	Septiembre-2013	60%
5	Mejoras a la Matriz de Indicadores para Resultados (MIR)	<p>* Revisión de los indicadores 1.1, 2.2, 2.3, 31.2, 33.1, 34.1, 311.2, 312.1 y 331.1 siguiendo los lineamientos y recomendaciones que emita SHCP, CONEVAL y CUTE para la MIR_2013; donde se tendrá especial cuidado en la definición de la naturaleza ascendente, descendente o estable de cada indicador.</p> <p>*Se incluirá el indicador INDICADOR DEL CONSUMO TURÍSTICO INTERIOR (ICTI) al nivel Fin de la MIR 2013</p> <p>*Se analizará la posibilidad de incluir el indicador Gasto por Viaje para Turistas de Internación, en la MIR 2013 o 2014.</p>	Consejo de Promoción Turística de México y Coordinación de la Unidad Técnica de Evaluación	30/09/2013	<p>Tener sistema de medición acorde con la naturaleza de los fenómenos específicos del sector turístico.</p> <p>Mejor conocimiento del comportamiento económico de los turistas nacionales y de internación.</p>	Matriz de Indicadores mejorada.	100	Matriz de Indicadores para Resultados 2014	Documento interno del CPTM y Portal Aplicativo de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (PASH)	Se analizó la posibilidad de incluir un indicador de Gasto por viaje para turistas de internación; sin embargo, no se consideró pertinente dado que: Lo que se busca es medir el total de la demanda total por turismo ya que es lo que impulsa la mayor actividad económica que se refleja en mayor empleo. El gasto medio por turista de internación solo proporciona información parcial, que aun cuando es útil, no cumple con el propósito. Si bien la MIR 2014, ya se encuentra cargada en el PASH, aún quedan pendientes dos periodos de modificaciones a la misma.	Septiembre-2013	100%

Formato oficial emitido por el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) y la Secretaría de la Función Pública (SFP) para el Mecanismo para el seguimiento a los aspectos susceptibles de mejora derivados de informes y evaluaciones a los programas federales de la Administración Pública Federal.

Año de elaboración: 2013

No.	Aspecto Susceptible de Mejora	Actividades	Área Responsable	Fecha de Término	Resultados Esperados	Productos y/o Evidencias	% de Avance de la Actividad	Nombre del Documento Probatorio	Ubicación del Documento Aprobatorio	Observaciones	Mes y Año	Promedio
6	Mejoras de los formatos y presentación de los diagramas de flujo de sus operaciones	*Se analizarán los manuales y diagramas de flujo actuales, conforme a las observaciones del evaluador y se generarán las recomendaciones para las adecuaciones pertinentes, de la Dirección Ejecutiva de Operación Comercial y de la Dirección Ejecutiva de Mercadotecnia.	Consejo de Promoción Turística de México	30/09/2013	Facilitar la operación de los Programas Cooperativos al ser un proceso más fácil de entender y de esta forma evitar retrasos o demoras por causa de malinterpretaciones. Diagramas en los que se separan cada uno de los procedimientos descritos en el manual, de acuerdo con los responsables de llevarlos a cabo.	Diagramas de flujo actualizados para los Programas Cooperativos y diagramas de flujo para cada uno de los procesos contenidos en el manual de operación para la Dirección Ejecutiva de Mercadotecnia.	70	Diagrama de flujo de programas cooperativos	Documento interno del CPTM	Se desarrollan diagramas de flujo de mercadotecnia conforme al modelo sugerido por el evaluador.	Septiembre-2013	70%
7	Diseño de un sistema informático para registrar y revisar la operación y procesos de los Programas Cooperativos, Campañas Publicitarias y participación en Ferias y Eventos.	*Con el fin de establecer los requerimientos iniciales para la definición de parámetros de un sistema integral de información, se analizarán los procesos relacionados con el control y seguimiento de la operación y procesos de: 1) los Programas Cooperativos; 2) las Campañas Publicitarias y 3) la Participación en Ferias y Eventos; este análisis será tanto en medios tradicionales como en online.  *Consulta técnica con proveedores externos de sistemas informáticos especializados.	Consejo de Promoción Turística de México	31/10/2013	Opinión técnica especializada y diseño preliminar	Documento metodológico.	60	Desarrollo de un CRM a la medida, Consejo de Promoción Turística de México, Versión 1	<a href="http://www.marsystems.com.mx/default.aspx">http://www.marsystems.com.mx/default.aspx</a>	Opinión técnica de Mar Systems S.A. de C.V. (Firma de consultores especializados en el diseño y desarrollo de soluciones tecnológicas)	Septiembre-2013	60%

Formato oficial emitido por el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) y la Secretaría de la Función Pública (SFP) para el Mecanismo para el seguimiento a los aspectos susceptibles de mejora derivados de informes y evaluaciones a los programas federales de la Administración Pública Federal.

Año de elaboración: 2013