

Detalle de la Matriz								
<b>Ramo:</b>	21 - Turismo							
<b>Unidad Responsable:</b>	W3J - Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.							
<b>Clave y Modalidad del Pp:</b>	F - Promoción y fomento							
<b>Denominación del Pp:</b>	F-001 - Promoción de México como Destino Turístico							
Clasificación Funcional:								
<b>Finalidad:</b>	3 - Desarrollo Económico							
<b>Función:</b>	7 - Turismo							
<b>Subfunción:</b>	1 - Turismo							
<b>Actividad Institucional:</b>	4 - Turismo con sello propio de calidad hospitalidad y seguridad							
Objetivo			Fin			Supuestos		
Contribuir a impulsar la promoción turística para la diversificación de mercados y el desarrollo y crecimiento del sector mediante el aumento en la llegada de turistas que dé como resultado una mayor derrama económica.			1			1. Existen condiciones económicas, sociales y políticas estables en el país. 2. Existen mercados emisores interesados en los productos turísticos nacionales.		
Indicador	Definición	Método de Calculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación
Cumplimiento de la meta de derrama por turismo internacional.	El indicador mide el cumplimiento en la meta de derrama económica por turismo internacional. La derrama económica por turismo internacional se mide a través del ingreso de divisas por concepto de la llegada de visitantes internacionales al país.	(Ingreso de divisas por visitantes internacionales observado en el Año T /Meta de Ingreso de divisas por visitantes internacionales para el Año T)*100	Relativo	Porcentaje	Estratégico	Eficacia	Anual	Cumplimiento de la meta de derrama por turismo internacional.: Estadística de la Cuenta de Viajeros Internacionales del Banco de México. <a href="http://www.banxico.org.mx/sieinternet/consultardirectorioInternetAction.do?accion=consultarCuadro&amp;idcuadro=CE104_Secor=18locale=es">http://www.banxico.org.mx/sieinternet/consultardirectorioInternetAction.do?accion=consultarCuadro&amp;idcuadro=CE104_Secor=18locale=es</a>
Cumplimiento de la meta de derrama por turismo nacional.	El indicador mide el cumplimiento en la meta de derrama económica por turismo nacional. La derrama económica por turismo nacional se mide a través del índice de consumo turístico interior interno, que se utiliza para dar seguimiento a la demanda en bienes y servicios turísticos por parte de los turistas domésticos, utilizando la metodología de Cuentas Nacionales.	(Índice del consumo turístico interior interno observado en el año T/Meta del Índice del consumo turístico interior interno para el Año T)*100	Relativo	Porcentaje	Estratégico	Eficiencia	Anual	Cumplimiento de la meta de derrama por turismo nacional.: Este índice se obtiene a través del ITAT (Indicadores Trimestrales de la Actividad Turística) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI publicados en su página web.
Diversificación de mercados internacionales	Este indicador mide el porcentaje de visitantes de nacionalidades distintas a la de Estados Unidos que llegan a México dentro del total de llegadas de visitantes vía aérea.	$Dm = (Vi/VI) * 100$ Donde: Dm: Indicador de diversificación de mercados Vi: Llegada de visitantes internacionales vía aérea de nacionalidad distinta a la de Estados Unidos VI: Llegada de visitantes internacionales vía aérea	Relativo	Porcentaje	Estratégico	Eficacia	Anual	Diversificación de mercados internacionales: Sistema Integral de Operación Migratoria, Secretaría de Gobernación

Detalle de la Matriz								
<b>Ramo:</b>		21 - Turismo						
<b>Unidad Responsable:</b>		W3J - Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.						
<b>Clave y Modalidad del Pp:</b>		F - Promoción y fomento						
<b>Denominación del Pp:</b>		F-001 - Promoción de México como Destino Turístico						
Objetivo			Propósito			Supuestos		
Los turistas aumentan como resultado de la promoción turística.			2			1. Existen condiciones de estabilidad y crecimiento económico en los países emisores de turistas a México.		
Indicador	Definición	Método de Calculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación
Variación porcentual de llegada de turistas internacionales de internación a México	Se mide el cumplimiento de la meta de llegada de turistas internacionales que llegan al país por la vía aérea o que llegan por vía terrestre y se internan más allá de la zona fronteriza. El turista de internación es el que genera la mayor derrama económica. Se considera como turista si pernocta por lo menos una noche en el país.	$((\text{Número de llegadas de turistas internacionales de internación observado en el año T} / \text{Número de llegadas de turistas internacionales de internación para el Año T-1}) - 1) * 100$	Relativo	Porcentaje	Estratégico	Eficacia	Anual	Variación porcentual anual en la afluencia de turistas de internación a México: Número de turistas de internación que visitan México: Información publicada por el Banco de México, en la sección de estadísticas de su página WEB ( Balanza de pagos: Viajeros Internacionales (Ingresos).
Eficiencia publicitaria nacional	Mide la eficiencia de los recursos invertidos en promoción turística nacional(publicidad institucional y cooperativa, promoción digital y relaciones Mide la eficiencia de los recursos invertidos en promoción turística nacional(publicidad institucional y cooperativa, promoción digital y relaciones públicas) en el mercado nacional con relación a las llegadas de turistas nacionales a cuartos de hotel de los destinos turísticos. Este es un indicador descendente ya que mientras menos dinero se requiera invertir para que un turista mexicano viaje por el país más eficiente es la promoción que se realiza.	$(\text{Inversión en promoción en el mercado nacional en el Año T}) / (\text{Total de turistas nacionales que llegan a cuartos de hotel en el Año T})$	Relativo	Pesos por turista	Estratégico	Eficiencia	Anual	Eficiencia publicitaria nacional.: Eficiencia publicitaria en el mercado nacional: Registros contables y presupuestarios de la Dirección de Recursos Financieros y Direcciones de Medios Nacional y la de Mercadeo Personalizado e Internet, para los recursos que se invierten en campañas de publicidad. DataTur: número de turistas nacionales que llegan a cuartos de hotel: reporte DATATUR, Dirección General de Información y Análisis. Secretaría de Turismo. Portal DataTur.
Variación porcentual de llegadas de turistas nacionales a cuartos de hotel.	Mide el cumplimiento de la meta de llegadas de turistas nacionales a cuartos de hotel en los diferentes destinos turísticos. El turista que llega a hotel es el que más derrama económica genera en promedio.	$((\text{Número de turistas nacionales hospedados en cuartos de hotel en el Año T} / \text{Llagadas de turistas nacionales hospedados en cuartos de hotel en el Año T-1}) - 1) * 100$	Relativo	Porcentaje	Estratégico	Eficacia	Anual	Cumplimiento de la meta de llegadas de turistas nacionales a cuartos de hotel.: Crecimiento en la llegada de turistas nacionales a cuartos de hotel: Crecimiento en la Llegada de Turistas Nacionales Total: SECTUR Sistema DataTur: <a href="http://datatur.sectur.gob.mx">http://datatur.sectur.gob.mx</a> .
Eficiencia publicitaria internacional	Mide la eficiencia en la inversión que se destina para la promoción turística en el exterior (publicidad institucional y cooperativa; promoción digital; relaciones públicas; ferias y eventos internacionales), en relación a la llegada de turistas internacionales de internación. Este es un indicador descendente ya que mientras menos dinero se requiera invertir para atraer a un turista a México más eficiente es la promoción.	$(\text{Inversión en promoción en el mercado internacional en el Año T}) / (\text{Total de turistas internacionales de internación en el Año T})$	Relativo	Pesos por turista	Estratégico	Eficiencia	Anual	Eficiencia publicitaria internacional: Eficiencia publicitaria internacional: Registros contables y presupuestarios de la Dirección de Recursos Financieros para los recursos que se invierten en campañas de publicidad. Estadísticas de Cuenta de Viajeros Internacionales del Banco de México para el número de turistas internacionales de internación.

Detalle de la Matriz								
<b>Ramo:</b>		21 - Turismo						
<b>Unidad Responsable:</b>		W3J - Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.						
<b>Clave y Modalidad del Pp:</b>		F - Promoción y fomento						
<b>Denominación del Pp:</b>		F-001 - Promoción de México como Destino Turístico						
Objetivo			Orden			Supuestos		
Campañas de publicidad realizadas con impacto en la intención de viaje.			31			1. Existen condiciones de seguridad e higiene en el país. 2. La oferta turística nacional es competitiva frente a otros destinos internacionales. 3. Existe suficiente conectividad aérea con los principales mercados emisores.		
Indicador	Definición	Método de Calculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación
Intención de viaje por parte del turismo nacional en los próximos 6 meses.	Mide el efecto de las acciones de publicidad y promoción turística en la intención de viajar de los turistas potenciales a los destinos turísticos nacionales.	(Número de encuestados que tienen intención de viajar dentro de México en los próximos 6 meses en el Año T/ Número de encuestados que tienen la intención de viajar en los próximos 6 meses en el Año T) * 100	Relativo	Porcentaje	Estratégico	Eficacia	Semestral	Intención de viaje por parte del turismo nacional en los próximos 6 meses.: Encuesta de evaluación de impacto realizada por el Consejo de Promoción Turística de México, a través de una empresa encuestadora que se contrata con ese propósito. Los resultados se pueden consultar en la página web del SIIMT.
Intención de viajar a México por parte de la población de Norteamérica en los próximos 6 meses.	Mide el efecto de las acciones de promoción y publicidad en la intención de los turistas potenciales de Norteamérica (incluye Canadá), para viajar a los destinos turísticos de México en los próximos 6 meses.	(Número de encuestados que tienen intención de viajar a México en los próximos 6 meses en el Año T / Número de encuestados que tienen la intención de viajar fuera de su país en los próximos 6 meses en el Año T)* 100	Relativo	Porcentaje	Estratégico	Eficacia	Semestral	Intención de viajar a México por parte de la población de Norteamérica en los próximos 6 meses.: Encuesta de evaluación de impacto realizada por el CPTM, a través de una empresa encuestadora
Participación de mercado en el turismo emisor por vía aérea de los Estados Unidos.	Mide qué porcentaje del turismo que sale de los Estados Unidos por la vía aérea llega a México, con lo cual se obtiene la participación de mercado de México en los Estados Unidos.	(Número de turistas de Estados Unidos por vía aérea que llegan a México en el año T/Total de turistas que salen de Estados Unidos por vía aérea en el año T)*100	Relativo	Porcentaje	Estratégico	Eficacia	Semestral	Participación de mercado en el turismo emisor por vía aérea de los Estados Unidos.: Participación de mercado: estadísticas de Turismo Emisor de la Office of Travel and Tourism Industries. ITA. Departamento de Comercio de los Estados Unidos.
Objetivo			Orden			Supuestos		
Ferias y eventos internacionales con presencia de la marca México			32			1. Existen condiciones de seguridad e higiene en el país. 2. La oferta turística nacional es atractiva para los países donde se realizan las ferias y eventos.		
Indicador	Definición	Método de Calculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación
Porcentaje de satisfacción de los expositores participantes con las ferias y eventos internacionales.	Mide el porcentaje de satisfacción de los expositores asistentes a las ferias y eventos internacionales en los cuales el CPTM se encarga de la organización del pabellón de México.	(Número de expositores satisfechos o muy satisfechos en el Año T/Total de expositores encuestados en el Año T)*100	Relativo	Porcentaje	Estratégico	Calidad	Anual	Porcentaje de satisfacción de los expositores participantes con las ferias y eventos internacionales.: Encuesta de satisfacción a expositores de las ferias internacionales realizadas por un evaluador externo ubicado en la Coordinación de Planeación del CPTM

Detalle de la Matriz								
<b>Ramo:</b>		21 - Turismo						
<b>Unidad Responsable:</b>		W3J - Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.						
<b>Clave y Modalidad del Pp:</b>		F - Promoción y fomento						
<b>Denominación del Pp:</b>		F-001 - Promoción de México como Destino Turístico						
<b>Objetivo</b>			<b>Orden</b>			<b>Supuestos</b>		
Acciones de Relaciones Públicas realizadas con medios de comunicación especializados en el sector turístico y actividades relacionadas.			33			1. Existen condiciones de seguridad e higiene en el país. 2. Los medios difunden objetivamente la imagen de México. Los tour operadores y agentes de viajes promocionan la oferta turística nacional.		
Indicador	Definición	Método de Cálculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación
Tasa de Retorno de la inversión de las campañas o acciones de relaciones públicas (Fams trips de Medios)	Mide los beneficios logrados en términos publicitarios por los artículos publicados por los medios, es decir el monto equivalente que hubiera costado la publicidad en los medios que participaron en los viajes de familiarización entre el monto invertido en el viaje de familiarización	Valor publicitario generado por las acciones o campañas de Relaciones Públicas en el Año T/ Inversión en campañas o acciones de Relaciones Públicas en el Año T	Relativo	Tasa de Retorno de la Inversión	Estratégico	Eficiencia	Semestral	Retorno de la inversión en campañas de relaciones públicas: Registros internos del Consejo de Promoción Turística de México CPTM. Reporte de trabajo de la Coordinación de Comunicación. Reporte acumulativo de retorno de inversión.
<b>Objetivo</b>			<b>Orden</b>			<b>Supuestos</b>		
Publicidad en línea y acciones de promoción en Internet realizados para difundir la oferta y los atractivos turísticos de México.			34			1. Existen condiciones de seguridad e higiene en el país. 2. La oferta turística nacional es atractiva para los visitantes del portal visitmexico.		
Indicador	Definición	Método de Cálculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación
Intensidad de utilización del portal Visitmexico.com.	Mide la razón entre las páginas vistas y las visitas al portal Visitmexico lo cual permite conocer la intensidad de uso del sitio en cuanto a páginas consultadas.	(Páginas vistas del portal Visitmexico en el Año T / Número de visitas al portal Visitmexico en el Año T)	Relativo	Promedio	Estratégico	Eficacia	Trimestral	Intensidad de utilización del portal Visitmexico.com: La información se extrae del Reporte de Tráfico que lleva la Dirección de Mercadeo Personalizado e Internet.
Porcentaje de satisfacción de los usuarios del portal Visitmexico.com	Mide el grado de satisfacción del usuario al interactuar con el sitio Visitmexico.com en términos de la utilidad y facilidad de consulta de la información.	(Número de usuarios que calificaron entre 8 y 10 la experiencia en el portal en el Año T/Número total de usuarios que calificaron su experiencia en el portal en el Año T)*100	Relativo	Porcentaje	Estratégico	Calidad	Semestral	Porcentaje de satisfacción de los usuarios del portal Visitmexico.com: Grado de satisfacción del usuario con la experiencia en el sitio: Reporte de calificaciones al sitio mediante la aplicación de la encuesta on line. Área responsable: Dirección de Mercadeo Personalizado e Internet..
<b>Objetivo</b>			<b>Orden</b>			<b>Supuestos</b>		
Planeación, diseño y coordinación de campañas publicitarias cooperativas con destinos y socios comerciales.			311			1. Existen medios y agencias de publicidad adecuados para llegar al mercado y segmento objetivo.		
Indicador	Definición	Método de Cálculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación
Multiplicador de los recursos de promoción	Mide el efecto multiplicador de los recursos de promoción que el CPTM invierte con destinos turísticos y socios a través de los programas cooperativos de promoción.	Inversión en los proyectos cooperativos de promoción de los destinos y socios / La inversión del CPTM en programas cooperativos	Relativo	Factor	Gestión	Economía	Anual	Multiplicador de los recursos de promoción: Inversión en proyectos cooperativos: Registros internos del Consejo de Promoción Turística de México. Reporte anual de la Dirección Ejecutiva de Relación con Destinos y Socios denominado Concentrado de Inversión de Programas Cooperativos.

Detalle de la Matriz								
<b>Ramo:</b>		21 - Turismo						
<b>Unidad Responsable:</b>		W3J - Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.						
<b>Clave y Modalidad del Pp:</b>		F - Promoción y fomento						
<b>Denominación del Pp:</b>		F-001 - Promoción de México como Destino Turístico						
<b>Objetivo</b>			<b>Orden</b>			<b>Supuestos</b>		
Planeación y diseño de campañas publicitarias institucionales que impacten la intención de viaje a México.			312			1. Existen medios y agencias de publicidad adecuados para llegar al mercado y segmento objetivo.		
Indicador	Definición	Método de Cálculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación
Recordación publicitaria en Norteamérica.	El indicador mide el porcentaje de la población de Norteamérica que recuerda haber visto o escuchado publicidad turística de México.	(Número de personas encuestadas que mencionan recordar publicidad de México en el Año T / Número de personas encuestadas en el Año T) * 100	Relativo	Porcentaje	Gestión	Eficacia	Semestral	Recordación publicitaria en Norteamérica.: Encuesta realizada por el Consejo de Promoción Turística a través de una empresa encuestadora. Área responsable de custodia: Dirección de Inteligencia de Mercados.
<b>Objetivo</b>			<b>Orden</b>			<b>Supuestos</b>		
Organización de la participación de México (CPTM y expositores) en Ferias y Eventos Internacionales que promuevan la oferta turística de México.			321			1. Los compradores (touroperadores, agentes de viajes, mayoristas) asistentes a ferias y eventos están interesados en promover y comercializar la oferta turística de México en sus mercados.		
Indicador	Definición	Método de Cálculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación
Cumplimiento de la meta de participantes (expositores) en ferias y eventos internacionales en los que participa México a través del CPTM.	El indicador mide el porcentaje de cumplimiento en la participación de expositores en los pabellones de México en ferias con respecto a los programados.	(Número de expositores participantes en los pabellones de México en ferias en el Año T / Número de expositores participantes en los pabellones de México programados en el Año T)* 100	Relativo	Porcentaje	Gestión	Eficacia	Trimestral	Cumplimiento de la meta de participantes (expositores) en ferias y eventos internacionales en los que participa México a través del CPTM.: Registro de expositores participantes en pabellones de México, de la Coordinación de Eventos Promocionales y Ferias.
Cumplimiento de la meta de organización de la participación de México (CPTM y expositores) en ferias y eventos internacionales.	Mide el porcentaje de ferias y eventos en los que participa el Consejo de Promoción Turística de México en relación con lo programado.	(Número de ferias y eventos internacionales en los que se participó en el Año T / Número de ferias y eventos internacionales programados a participar en el Año T)*100	Relativo	Porcentaje	Gestión	Eficacia	Trimestral	Cumplimiento de la meta de organización de la participación de México (CPTM y expositores) en ferias y eventos internacionales.: Registro Interno de la Coordinación de Eventos Promocionales y Ferias, del Consejo de Promoción Turística de México.
<b>Objetivo</b>			<b>Orden</b>			<b>Supuestos</b>		
Realización de viajes de familiarización con medios de difusión especializados en turismo o temas relacionados a los destinos nacionales.			331			1. Los touroperadores y medios internacionales se interesan y valoran de forma objetiva la oferta turística nacional.		
Indicador	Definición	Método de Cálculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación
Organización y ejecución de viajes de familiarización realizados con respecto a lo programado.	Grado de cumplimiento en el número de viajes de familiarización realizados con relación a los programados.	(Número de viajes de familiarización realizados en el Año T / Número de viajes de familiarización programados en el Año T) * 100	Relativo	Porcentaje	Gestión	Eficacia	Trimestral	Organización y ejecución de viajes de familiarización realizados con respecto a lo programado.: Reporte Ejecutivo de la Coordinación de Comunicación.

Detalle de la Matriz								
<b>Ramo:</b>		21 - Turismo						
<b>Unidad Responsable:</b>		W3J - Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.						
<b>Clave y Modalidad del Pp:</b>		F - Promoción y fomento						
<b>Denominación del Pp:</b>		F-001 - Promoción de México como Destino Turístico						
<b>Objetivo</b>			<b>Orden</b>			<b>Supuestos</b>		
Difusión y apoyo a la comercialización de los productos y servicios turísticos en el portal Visitmexico.com.			341			1. Existe estabilidad en la plataforma tecnológica del CPTM y de los prestadores de servicios turísticos así como touroperadores.		
Indicador	Definición	Método de Calculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación
Disponibilidad del portal Visitmexico.com.	Mide el grado de cumplimiento en el número de horas de servicio al público programadas del portal Visitmexico.com en el periodo, es decir el número de horas que el portal está disponible para ser consultado por los turistas potenciales interesados en conocer sobre los destinos y atractivos que ofrece el país.	(Número de horas de servicio al público programadas en el Año T - número de horas sin servicio no programado en el Año T/Número de horas de servicio programadas en el año T)*100	Relativo	Porcentaje	Gestión	Eficacia	Trimestral	Disponibilidad del portal Visitmexico.com.:Reportes de disponibilidad de los dispositivos. Dirección de Mercadeo Personalizado e Internet.
<b>Objetivo</b>			<b>Orden</b>			<b>Supuestos</b>		
Difusión y apoyo a la promoción a través de redes sociales.			342			1. Existe estabilidad en la plataforma tecnológica del CPTM y de los prestadores de servicios turísticos así como operadores.		
Indicador	Definición	Método de Calculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación
Número de seguidores de la página Visitmexico.com en Facebook	Mide el crecimiento porcentual del número de seguidores de la página Visitmexico.com en Facebook con respecto al año previo, siendo seguidores las personas que indican me gusta en la pantalla, lo cual las convierte en seguidores.	((Número de seguidores en el Año T - número de seguidores en el Año T-1)/ (Número de seguidores en el Año T-1))*100	Relativo	Porcentaje	Gestión	Eficiencia	Trimestral	Número de seguidores de la página Visitmexico.com en Facebook: En la página de Facebook ingresar como usuario a la página Visitmexico.com y tomar el número de seguidores al último día hábil del mes.