

CUENTA PÚBLICA 2016

ANÁLISIS DEL EJERCICIO DEL PRESUPUESTO DE EGRESOS CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO S.A. DE C.V.

1. ESTADO ANALÍTICO DEL EJERCICIO DEL PRESUPUESTO DE EGRESOS POR CLASIFICACIÓN ECONÓMICA Y POR OBJETO DEL GASTO

- En 2016 el **presupuesto pagado** del **Consejo de Promoción Turística de México S.A. de C.V.** (CPTM) fue de 5,153,261.8 miles de pesos, cifra superior en 469.2% con relación al presupuesto aprobado. Esta variación obedece al mayor ejercicio presupuestario en los rubros de Servicios Personales (14.9%), Gastos de Operación (606.3%) y Otros de Corriente (52.0%).

GASTO CORRIENTE

- El **Gasto Corriente** pagado, registró una variación de 469.2% en relación al presupuesto aprobado. Su evolución por rubro de gasto se presenta a continuación:
 - ◆ Las erogaciones en **Servicios Personales** registraron un incremento de 14.9% respecto al presupuesto aprobado, debido principalmente a lo siguiente:
 - En el ejercicio 2016 se obtuvo una asignación original por la cantidad de 208,278.8 miles de pesos cifra menor en 8.4% con relación a lo asignado en 2015 cuyo monto ascendió a 227,531.4 miles de pesos para el cierre del ejercicio que se comenta se ejercieron 239,391.4 miles de pesos, motivo por el cual esta entidad tuvo que realizar diversas adecuaciones compensadas para atender las obligaciones de fin de año y liquidaciones de personal, quedando pendiente el pago de los impuestos respectivos.
 - El principal elemento que contribuyó al incremento en el ejercicio de este capítulo fue el pago de las nóminas de las oficinas de representación del CPTM en el exterior, toda vez que se formulan en divisas como dólares y euros, y que como consecuencia del mercado cambiario fueron de gran impacto en el capítulo que se comenta.
 - ◆ En el rubro de **Gasto de Operación** se registró un presupuesto pagado de 606.3%, en comparación con el presupuesto original, debido primordialmente a las siguientes causas:
 - En Materiales y Suministros se registró un presupuesto pagado mayor en 13.8%, con relación a la asignación original, ya que se destinaron mayores recursos para la adquisición de información estadística internacional; estudios de mercado, suscripciones a revistas y sitios de Internet especializados en cuantificar los flujos turísticos internacionales, sus tendencias y movimientos. Información que es utilizada como base para la planeación y diseño de las campañas publicitarias, y cuya compilación se transforma en un insumo para el Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos (SIIMT).
 - El Presupuesto pagado en Servicios Generales fue mayor en 608.7% respecto al presupuesto original. El gasto ejercido en el capítulo 3000 es el de mayor relevancia, ya que en él se concentran las actividades sustantivas desarrolladas por la Entidad. Estas actividades son financiadas principalmente por los ingresos provenientes del Derecho de Visitante sin permiso para realizar actividades remuneradas (DNR). En 2016 el CPTM recibió ampliaciones líquidas al presupuesto por este concepto, por un monto total de 4,237.735.6 miles de pesos, de este importe 529.716.9 miles de pesos se realizaron transferencia a FONATUR dando cumplimiento al artículo 18-A de la Ley Federal de Derechos, que señala que los

ingresos que se obtengan por la recaudación del Derecho de Visitante sin permiso, 80.0% corresponden al Consejo de Promoción Turística de México, el cual transferirá 10.0% de la recaudación total del derecho al Fondo Nacional de Fomento al Turismo. Estas ampliaciones líquidas al presupuesto, fueron destinadas principalmente para atender los compromisos derivados del Plan de Mercadotecnia 2016 autorizado por la H. Junta de Gobierno del Consejo, el cual incluyó el Programa de Campañas Publicitarias y el Programa de Promoción, ejerciéndose por este concepto la cantidad de 3,490.421.0 miles de pesos.

- Es importante comentar que la mayor captación obtenida del Derecho de Visitante sin permiso para realizar actividades remuneradas durante 2016, respecto 2015 en 17.2%, obedece a una mayor afluencia de turistas de internación.
 - El gasto total erogado en promoción publicitaria fue de 3,490.421.0 miles de pesos, de este monto, 3,251.779.9 miles de pesos fueron destinados a la realización de campañas de publicidad (institucionales, cooperativas y vía Internet) que contienen y difunden estrategias específicas para promover la diversidad de los productos turísticos nacionales, con mensajes cuyo propósito es mejorar la percepción que los turistas potenciales tienen del país.
 - Adicionalmente y como parte complementaria a las actividades de promoción, se erogaron 182,655.8 miles de pesos en la participación en ferias internacionales de turismo, en congresos y convenciones y en otros gastos que complementan el presupuesto de las oficinas en el exterior.
 - Así mismo se destinaron 9,851.7 miles de pesos en servicios de informática para la construcción tecnológica, mantenimiento tecnológico y soporte técnico de la familia de portales WEB visitmexico.com, así como servicios integrales de administración de plataforma tecnológica y centro de datos de hospedaje y migración del correo electrónico.
 - Complementando este gasto, se destinaron 14,381.6 miles de pesos a diversos estudios e investigaciones para fortalecer las estrategias de promoción y publicidad, así como 30,524.9 miles de pesos para liquidar comisiones a Bancomext (carta de crédito), Barclays (banco confirmador) y Banjercito por la recaudación del DNR, a los turistas que se internaron vía terrestre y marítima. Y sólo 1,227.1 miles para adquirir material de apoyo informativo relacionado a la promoción.
 - Los gastos en pasajes y viáticos nacionales e internacionales representan una parte importante, ya que de acuerdo a la naturaleza de las actividades que desarrolla el CPTM, implican la necesidad de viajar a diferentes países para efectuar la supervisión y el monitoreo de las campañas publicitarias, de la participación en ferias y eventos internacionales además de otras actividades relacionadas con la difusión y promoción de los diferentes destinos turísticos del país.
 - Por otro lado, es muy importante destacar que el gasto por este rubro aumentó considerablemente, debido a la recepción y autorización de una ampliación líquida al presupuesto para llevar a cabo pagos de servicio de publicidad y promoción del orden de 763,000.0 miles de pesos.
 - Adicionalmente es muy importante destacar que una parte del gasto se destinó a eventos de alto impacto para llevar a cabo importantes acciones de promoción tales como el evento deportivo más importante del mundo automovilístico, la presentación y preparación de un show a nivel mundial donde el tema principal será de promover a México como país turístico y la presentación de la NFL en México con un encuentro de fútbol americano, impulsando la Marca y mostrar al País con capacidad para organizar estos acontecimientos fuera de serie.
- ◆ En el rubro de gasto **Otros de Corriente** el presupuesto pagado fue superior en 52.0% respecto al monto original aprobado. Esta variación deriva de que en el ejercicio 2016, se atendieron todas las solicitudes de pago a los prestadores de servicio social tanto en las oficinas México como las ubicadas en el exterior, para ambos casos apoyan en actividades administrativas, sin embargo, el gasto se vio incrementado en las Oficinas del Exterior, por las variaciones en el tipo de cambio.

GASTO DE INVERSIÓN

- El **Gasto de Inversión**. Debido a que no se logró obtener recursos a la propuesta realizada para ejercer inversión para 2016, el CPTM no tiene gasto que reportar en este rubro.
- Los rubros de **Subsidios** y **Otros de Inversión** no tuvieron asignación de recursos.

2. ESTADO ANALÍTICO DEL EJERCICIO DEL PRESUPUESTO DE EGRESOS POR CLASIFICACIÓN FUNCIONAL PROGRAMÁTICA^{1/}

- Durante 2016 el CPTM ejerció su presupuesto a través de dos **finalidades 1** Gobierno y 3 Desarrollo Económico. La primera comprende la **función 3** Coordinación de política de Gobierno y la segunda considera la **función 7** Turismo.
 - ◆ La **finalidad 3 Desarrollo Económico** representó el 99.8% del total del presupuesto pagado y fue el que registró la mayor variación del gasto pagado respecto del presupuesto aprobado, al observar un incremento de 474.5%, lo anterior, refleja el carácter prioritario en la asignación y ejercicio de los recursos para atender las campañas publicitarias y promoción turística.
 - ◆ A través de la **función 7 Turismo** se erogó la totalidad de los recursos de esta finalidad.
Mediante esta Función el CPTM promovió la Marca México en los niveles Nacional e Internacional.

3. CONTRATACIONES POR HONORARIOS

- No aplica para el CPTM, debido a que no realizó contrataciones por honorarios.

^{1/} la vinculación de los programas presupuestarios con las metas y objetivos de la planeación Nacional, se presenta en el anexo denominado Sistema de Evaluación del Desempeño.

CUENTA PÚBLICA 2016

4. TABULADOR DE SUELDOS Y SALARIOS, Y REMUNERACIONES

- Así mismo y de conformidad con lo dispuesto en el artículo 19, penúltimo párrafo del Decreto de Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2016, se incluye la siguiente información sobre sueldos, salarios y remuneraciones:

TABULADOR DE SUELDOS Y SALARIOS, Y REMUNERACIONES CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MEXICO S.A. de C.V. (PESOS)					
Grupo de Personal	Tabulador de Sueldos y Salarios		Remuneraciones		
	Mínimo	Máximo	Elementos Fijos Efectivo	Elementos Variables	
				Efectivo	Especie
Mando (del grupo G al O, o sus equivalentes)					
Jefatura de Unidad o Titular de Entidad	2,310,816	2,330,772	5,148,297		
Director General o Nivel equivalente	1,466,988	2,083,444	22,069,564		
Director General Adjunto o Nivel Equivalente	1,040,973	1,424,260	17,781,347		
Director o Nivel Equivalente	604,468	947,162	25,405,933		
Subdirector o Nivel Equivalente	350,849	591,931	22,988,623		
Jefe de Departamento o Nivel Equivalente	224,675	348,382	10,392,926		
Enlace (grupo P o equivalente)					
Alto Nivel de Responsabilidad o Nivel Equivalente	108,360	214,261	4,597,649		
Operativo					
Base	109,020	121,440	6,607,177		
Confianza					
Categorías					
Servicio Exterior Mexicano	350,849	1,040,973	127,228,765		
Eventuales Exterior					

FUENTE: Consejo de Promoción Turística de México S. A. de C.V.