

GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA  
SECRETARIA DE PLANEACION Y FINANZAS  
IDENTIFICACIÓN DE PROGRAMAS PARA EL EJERCICIO FISCAL 2019

RAMO: 70 - FPPTBC

PROGRAMA: 136 - IMPULSO Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

**ELEMENTO**

**RESUMEN NARRATIVO**

**FIN** CONTRIBUIR AL DESARROLLO ECONÓMICO DEL ESTADO MEDIANTE EL FORTALECIMIENTO DE LA PROMOCION Y PUBLICIDAD DE LA OFERTA TURISTICA COMPETITIVA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL

**PROPOSITO** LOS DESTINOS TURÍSTICOS DEL ESTADO INCREMENTAN LA AFLUENCIA TURÍSTICA

CAPÍTULO	DESCRIPCIÓN CAPÍTULO	PRESUPUESTO DE EGRESOS			DEVENGADO AL TRIMESTRE
		AUTORIZADO INICIAL	ANUAL	MODIFICADO	
20000	MATERIALES Y SUMINISTROS	\$ 162,107.28	\$ 243,106.56		\$ 74,781.36
30000	SERVICIOS GENERALES	\$ 46,930,470.00	\$ 86,187,591.85		\$ 25,930,350.90
40000	TRANSFERENCIAS, ASIGNACIONES, SUBSIDIOS Y OTRAS AYUDAS	\$ 3,907,422.72	\$ 6,087,422.72		\$ 1,273,000.00

*Marta Mendoza Montes*

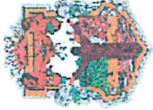
MARTHA MENDOZA MONTES

RESPONSABLE DEL RAMO

*Marta Mendoza Montes*

MARTHA MENDOZA MONTES

RESPONSABLE DEL PROGRAMA



**GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA  
SECRETARIA DE PLANEACION Y FINANZAS  
CONCENTRADO DE INDICADORES ESTRATÉGICOS DEL PROGRAMA 2019**

**RAMO:** 70 FPPTBC

**PROGRAMA:** 136 IMPULSO Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

**INDICADOR(ES) DE COMPONENTE**

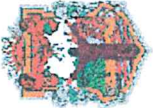
INDICADOR	META 2019	UNIDAD DE MEDIDA	PERIODICIDAD	QUÉ MIDE	RESULTADO
CUARTOS OCUPADOS EN EL DESTINO TURÍSTICO DE SAN FELIPE	63500	CUARTOS OCUPADOS	MENSUAL	CUARTOS OCUPADOS REGISTRA EL TOTAL DE CUARTOS QUE FUERON OCUPADOS DURANTE UN PERIODO DE TIEMPO, INCLUYENDO CORTESÍAS, TANTO POR TURISTAS NACIONALES COMO POR EXTRANJEROS.	34844
OCCUPACIÓN HOTELERA EN SAN FELIPE	26	PORCENTAJE	MENSUAL	EL PORCENTAJE DE LA PROPORCIÓN DE CUARTOS RENTADOS CON RELACIÓN AL TOTAL DE CUARTOS DISPONIBLES EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE.	27.05
OCCUPACIÓN HOTELERA EN ENSENADA	48	PORCENTAJE	MENSUAL	EL PORCENTAJE DE LA PROPORCIÓN DE CUARTOS RENTADOS CON RELACIÓN AL TOTAL DE CUARTOS DISPONIBLES EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE.	49.36
OCCUPACIÓN HOTELERA EN PLAYAS DE ROSARITO	32	PORCENTAJE	MENSUAL	EL PORCENTAJE DE LA PROPORCIÓN DE CUARTOS RENTADOS CON RELACIÓN AL TOTAL DE CUARTOS DISPONIBLES EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE.	36.72
CUARTOS OCUPADOS EN EL DESTINO TURÍSTICO DE ENSENADA	268765	CUARTOS OCUPADOS	MENSUAL	CUARTOS OCUPADOS REGISTRA EL TOTAL DE CUARTOS QUE FUERON OCUPADOS DURANTE UN PERIODO DE TIEMPO, INCLUYENDO CORTESÍAS, TANTO POR TURISTAS NACIONALES COMO POR EXTRANJEROS.	126498
OCCUPACIÓN HOTELERA EN MEXICALI	56	PORCENTAJE	MENSUAL	EL PORCENTAJE DE CUARTOS RENTADOS CON RELACIÓN AL TOTAL DE CUARTOS DISPONIBLES EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE.	58.83
CUARTOS OCUPADOS EN EL DESTINO TURÍSTICO DE MEXICALI	452448	CUARTOS OCUPADOS	MENSUAL	CUARTOS OCUPADOS REGISTRA EL TOTAL DE CUARTOS QUE FUERON OCUPADOS DURANTE UN PERIODO DE TIEMPO, INCLUYENDO CORTESÍAS, TANTO POR TURISTAS NACIONALES COMO POR EXTRANJEROS.	242279
PORCENTAJE DE SATISFACCIÓN POR LOS SERVICIOS ADMINISTRATIVOS OTORGADOS	90	PORCENTAJE	SEMESTRAL	EL PROMEDIO DE CALIFICACION QUE LOS USUARIOS INTERNOS LE OTORGAN AL AREA ADMINISTRATIVA RESPECTO A LOS SERVICIOS ADMINISTRATIVOS QUE LES PROPORCIONAN.	90
OCCUPACIÓN HOTELERA EN TIJUANA	60	PORCENTAJE	MENSUAL	EL PORCENTAJE DE LA PROPORCIÓN DE CUARTOS RENTADOS CON RELACIÓN AL TOTAL DE CUARTOS DISPONIBLES EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE.	68.17
CUARTOS OCUPADOS EN EL DESTINO TURÍSTICO DE SAN QUINTIN	66900	CUARTOS OCUPADOS	MENSUAL	CUARTOS OCUPADOS REGISTRA EL TOTAL DE CUARTOS QUE FUERON OCUPADOS DURANTE UN PERIODO DE TIEMPO, INCLUYENDO CORTESÍAS, TANTO POR TURISTAS NACIONALES COMO POR EXTRANJEROS.	42474
OCCUPACIÓN HOTELERA EN SAN QUINTIN	44	PORCENTAJE	MENSUAL	EL PORCENTAJE DE LA PROPORCIÓN DE CUARTOS RENTADOS CON RELACIÓN AL TOTAL DE CUARTOS DISPONIBLES EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE EN LA DELEGACION DE SAN QUINTIN.	47.39
CUARTOS OCUPADOS EN EL DESTINO TURÍSTICO DE TIJUANA	757200	CUARTOS OCUPADOS	MENSUAL	CUARTOS OCUPADOS REGISTRA EL TOTAL DE CUARTOS QUE FUERON OCUPADOS DURANTE UN PERIODO DE TIEMPO, INCLUYENDO CORTESÍAS, TANTO POR TURISTAS NACIONALES COMO POR EXTRANJEROS.	307304
CUARTOS OCUPADOS EN EL DESTINO TURÍSTICO DE TECATE	73950	CUARTOS OCUPADOS	MENSUAL	CUARTOS OCUPADOS REGISTRA EL TOTAL DE CUARTOS QUE FUERON OCUPADOS DURANTE UN PERIODO DE TIEMPO, INCLUYENDO CORTESÍAS, TANTO POR TURISTAS NACIONALES COMO POR EXTRANJEROS.	38555
CUARTOS OCUPADOS EN EL DESTINO TURÍSTICO DE PLAYAS DE ROSARITO	225750	CUARTOS OCUPADOS	MENSUAL	CUARTOS OCUPADOS REGISTRA EL TOTAL DE CUARTOS QUE FUERON OCUPADOS DURANTE UN PERIODO DE TIEMPO, INCLUYENDO CORTESÍAS, TANTO POR TURISTAS NACIONALES COMO POR EXTRANJEROS.	93817
OCCUPACIÓN HOTELERA EN TECATE	68	PORCENTAJE	MENSUAL	EL PORCENTAJE DE LA PROPORCIÓN DE CUARTOS RENTADOS CON RELACIÓN AL TOTAL DE CUARTOS DISPONIBLES EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE.	68.6

**INDICADOR(ES) DE PROPÓSITO**

INDICADOR	META 2019	UNIDAD DE MEDIDA	PERIODICIDAD	QUÉ MIDE	RESULTADO
CUARTOS OCUPADOS EN EL ESTADO	1631213	CUARTOS OCUPADOS	TRIMESTRAL	CUARTOS OCUPADOS REGISTRA EL TOTAL DE CUARTOS QUE FUERON OCUPADOS DURANTE UN PERIODO DE TIEMPO, INCLUYENDO CORTESÍAS, TANTO POR TURISTAS NACIONALES COMO POR EXTRANJEROS.	883569

**INDICADOR(ES) DE FIN**

INDICADOR	QUÉ MIDE	ACTUALIZACIÓN
PIB TURÍSTICO DEL ESTADO	EL NIVEL DE PRODUCCIÓN INTERNA BRUTA TURÍSTICA DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA	ESTE INDICADOR ES DE CARÁCTER ESTRATÉGICO Y SE ACTUALIZARÁ PARA FINES DE LA EVALUACIÓN DEL PLAN ESTATAL DE DESARROLLO



**GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA**  
**SECRETARIA DE PLANEACION Y FINANZAS**  
**AVANCE DEL SEGUNDO TRIMESTRE**

RAMO: 70 FPPTBC  
 PROGRAMA: 136 IMPULSO Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA

UNIDAD RESPONSABLE: 100 FPPTBC

**ACTIVIDAD**

**413 IMPLANTAR CAMPAÑA DE PUBLICIDAD, RELACIONES PÚBLICAS, ORGANIZAR Y PARTICIPAR EN EVENTOS QUE FORTALEZCAN LA IMAGEN TURÍSTICA DEL DESTINO**

UNIDAD DE MEDIDA	PROG.		REAL		PROG.		REAL	
	1	2	3	4	1	2	3	4
ACCION DE PROMOCION	15	21	11	12	15	0	0	32
3.7.5.2.20 Promover la diversificación de la oferta a segmentos específicos.								

PRIMER PERIODO MARZO SE DIO LA OPORTUNIDAD DE LLEVAR A CABO UNA CAMPAÑA ADICIONAL EN TELEVISION, RADIO, IMPRESOS Y VALLAS, ADEMÁS DE 2 APOYOS A EVENTOS POR DECISION DEL COMITÉ DE MERCADOTECONIA.  
 SEGUNDO PERIODO JUNIO SE DIO LA OPORTUNIDAD DE REALIZAR UNA PRESENTACION DE DESTINO EN LA CIUDAD DE MONTERREY

UNIDAD DE MEDIDA	PROG.		REAL		PROG.		REAL	
	1	2	3	4	1	2	3	4
ACCION DE PROMOCION	2	4	7	6	2	0	0	0
3.7.5.2.20 Promover la diversificación de la oferta a segmentos específicos.								

PRIMER PERIODO MARZO SE DIO LA OPORTUNIDAD DE LLEVAR A CABO DOS CAMPAÑAS DE PROMOCION ADICIONALES A LAS YA PROGRAMADAS, POR DECISION DEL COMITÉ DE MERCADOTECONIA.  
 SEGUNDO PERIODO JUNIO SI BIEN SE REALIZO UNA ACTIVIDAD MENOS POR ARTICULOS DE PROMOCION QUE NO PUDIERON ELABORARSE, EL AVANCE ACUMULADO ES SATISFACTORIO EN ATENCION A QUE SE REGISTRARON 2 ACTIVIDADES ADICIONALES EN EL 1ER. TRIMESTRE.

UNIDAD DE MEDIDA	PROG.		REAL		PROG.		REAL	
	1	2	3	4	1	2	3	4
ACCION DE PROMOCION	13	17	17	17	23	0	0	15
3.7.5.2.20 Promover la diversificación de la oferta a segmentos específicos.								

PRIMER PERIODO MARZO SE DIO LA OPORTUNIDAD DE LLEVAR A CABO TRES CAMPAÑAS DE PROMOCION ADICIONALES Y UNA PRESENTACION DE DESTINO EN HERMOSILLO.  
 SEGUNDO PERIODO JUNIO NO SE RECIBIERON SOLICITUDES DE APOYO A POSTULACION DE EVENTOS

UNIDAD DE MEDIDA	PROG.		REAL		PROG.		REAL	
	1	2	3	4	1	2	3	4
ACCION DE PROMOCION	6	9	4	4	5	0	0	8
3.7.5.2.20 Promover la diversificación de la oferta a segmentos específicos.								

PRIMER PERIODO MARZO SE DIO LA OPORTUNIDAD DE LLEVAR A CABO TRES CAMPAÑAS DE PROMOCION ADICIONALES Y UNA PRESENTACION DE DESTINO EN HERMOSILLO.  
 SEGUNDO PERIODO JUNIO NO SE RECIBIERON SOLICITUDES DE APOYO A POSTULACION DE EVENTOS

UNIDAD DE MEDIDA	PROG.		REAL		PROG.		REAL	
	1	2	3	4	1	2	3	4
ACCION DE PROMOCION	14	7	15	14	13	0	0	2
3.7.5.2.20 Promover la diversificación de la oferta a segmentos específicos.								

PRIMER PERIODO MARZO POR DECISION DE COMITÉ TÉCNICO Y COMITÉ DE MERCADOTECONIA, SE DIO PAUSA PARA EL COMENZAR A CORRER LAS CAMPAÑAS PARA EL SEGUNDO TRIMESTRE, POR LO CUAL SE ESPERA SOLVENTAR LAS ACCIONES INCUMPLIDAS EN PERIODO POSTERIOR.  
 SEGUNDO PERIODO JUNIO NO SE RECIBIERON SOLICITUDES DE APOYO A POSTULACION DE EVENTOS

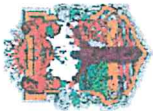
UNIDAD DE MEDIDA	PROG.		REAL		PROG.		REAL	
	1	2	3	4	1	2	3	4
ACCION DE PROMOCION	0	0	7	7.39	0	0	0	7
7.1.3.4.10 Gestionar de manera efectiva la función de administración, mejorando los índices programáticos presupuestales.								

PRIMER PERIODO MARZO POR DECISION DE COMITÉ TÉCNICO Y COMITÉ DE MERCADOTECONIA, SE DIO PAUSA PARA EL COMENZAR A CORRER LAS CAMPAÑAS PARA EL SEGUNDO TRIMESTRE, POR LO CUAL SE ESPERA SOLVENTAR LAS ACCIONES INCUMPLIDAS EN PERIODO POSTERIOR.  
 SEGUNDO PERIODO JUNIO NO SE RECIBIERON SOLICITUDES DE APOYO A POSTULACION DE EVENTOS

UNIDAD DE MEDIDA	PROG.		REAL		PROG.		REAL	
	1	2	3	4	1	2	3	4
ACCION DE PROMOCION	0	0	7	7.39	0	0	0	7
7.1.3.4.10 Gestionar de manera efectiva la función de administración, mejorando los índices programáticos presupuestales.								

PRIMER PERIODO MARZO POR DECISION DE COMITÉ TÉCNICO Y COMITÉ DE MERCADOTECONIA, SE DIO PAUSA PARA EL COMENZAR A CORRER LAS CAMPAÑAS PARA EL SEGUNDO TRIMESTRE, POR LO CUAL SE ESPERA SOLVENTAR LAS ACCIONES INCUMPLIDAS EN PERIODO POSTERIOR.  
 SEGUNDO PERIODO JUNIO NO SE RECIBIERON SOLICITUDES DE APOYO A POSTULACION DE EVENTOS

UNIDAD DE MEDIDA	PROG.		REAL		PROG.		REAL	
	1	2	3	4	1	2	3	4
ACCION DE PROMOCION	0	0	7	7.39	0	0	0	7
7.1.3.4.10 Gestionar de manera efectiva la función de administración, mejorando los índices programáticos presupuestales.								



**GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA**  
**SECRETARIA DE PLANEACION Y FINANZAS**  
**AVANCE DEL SEGUNDO TRIMESTRE**

RAMO: 70 FPPTBC  
 PROGRAMA: 136 IMPULSO Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA

UNIDAD RESPONSABLE: 100 FPPTBC

UNIDAD DE MEDIDA	PRECOS		CALENDARIZACION		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
	REAL	PROG.	REAL	PROG.	1	2	3	Real	Prog.	Real	Prog.	
ACCION DE PROMOCION	27	57			14	15	16	12	11	0	0	
3.7.5.2.20 Promover la diversificación de la oferta a segmentos específicos.												

UNIDAD DE MEDIDA	PRECOS		CALENDARIZACION		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
	REAL	PROG.	REAL	PROG.	1	2	3	Real	Prog.	Real	Prog.	
ACCION DE PROMOCION	13	23			6	8	5	5	5	0	7	
3.7.5.2.20 Promover la diversificación de la oferta a segmentos específicos.												

UNIDAD DE MEDIDA	PRECOS		CALENDARIZACION		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
	REAL	PROG.	REAL	PROG.	1	2	3	Real	Prog.	Real	Prog.	
CAMPAÑA	1	1			0	0	1	1	0	0	0	
3.7.5.6.10 Implementar programas integrales de promoción y comercialización de productos turísticos.												

PRIMER PERIODO  
 SEGUNDO PERIODO