





**GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA**  
**SECRETARÍA DE HACIENDA**  
**AVANCE DEL PRIMER TRIMESTRE**

**RAMO:** 70 FPPTBC  
**PROGRAMA:** 183 IMPULSO Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

**UNIDAD RESPONSABLE:** 100 FPPTBC

**ACTIVIDAD**

**347 IMPLEMENTAR CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD, PROMOCION, RELACIONES PÚBLICAS, ORGANIZAR Y PARTICIPAR EN EVENTOS QUE FORTALEZCAN LA IMAGEN**

METAS	UNIDAD DE MEDIDA		CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
	PROG.	REAL	PROG.	REAL	1	2	3	Real	Prog.	4	Real	
PROMOVER Y PUBLICITAR LA ACTUAL OFERTA TURÍSTICA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL QUE CONLLEVE A INCREMENTAR LA OFERTA, ESTADÍA Y DERRAMA ECONÓMICA EN EL DESTINO TURÍSTICO DE MEXICALI, A TRAVÉS DE PARTICIPACIÓN EN EVENTOS, REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS, HERRAMIENTAS Y ARTÍCULOS PROMOCIONALES ASI COMO DIVERSAS ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO.	56	4			11	4	9	0	11	0	25	4

**PRIMER PERIODO**  
**MARZO** LAS ACCIONES PROGRAMADAS PARA EL 1ER TRIMESTRE DEL 2020 FUERON AFECTADAS Y QUEDARON PENDIENTES POR TEMAS ADMINISTRATIVOS LOS CUALES SE RESOLVERÁN EN EL MES DE ABRIL, AUNADO A ESTO SE DA LA SUSPENSIÓN DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS A PARTIR DEL MES DE MARZO POR LA PANDEMIA DEL COVID-19, QUEDANDO TENTATIVAMENTE POR SUBSANAR LOS INCUMPLIMIENTOS DURANTE EL 2DO TRIMESTRE DEL AÑO.

META	PROG.	REAL	PROG.	REAL	1	2	3	Real	Prog.	4	Real	
PROMOVER Y PUBLICITAR LA ACTUAL OFERTA TURÍSTICA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL QUE CONLLEVE A INCREMENTAR LA OFERTA, ESTADÍA Y DERRAMA ECONÓMICA EN EL DESTINO TURÍSTICO DE SAN FELIPE, A TRAVÉS DE PARTICIPACIÓN EN EVENTOS, REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS, HERRAMIENTAS Y ARTÍCULOS PROMOCIONALES ASI COMO DIVERSAS ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO.	13	4	4	0	5	4	1	0	1	0	3	4

**PRIMER PERIODO**  
**MARZO** LAS ACCIONES PROGRAMADAS PARA EL 1ER TRIMESTRE DEL 2020 FUERON AFECTADAS Y QUEDARON PENDIENTES POR TEMAS ADMINISTRATIVOS LOS CUALES SE RESOLVERÁN EN EL MES DE ABRIL, AUNADO A ESTO SE DA LA SUSPENSIÓN DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS A PARTIR DEL MES DE MARZO POR LA PANDEMIA DEL COVID-19, QUEDANDO TENTATIVAMENTE POR SUBSANAR LOS INCUMPLIMIENTOS DURANTE EL 2DO TRIMESTRE DEL AÑO.

META	PROG.	REAL	PROG.	REAL	1	2	3	Real	Prog.	4	Real	
PROMOVER Y PUBLICITAR LA ACTUAL OFERTA TURÍSTICA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL QUE CONLLEVE A INCREMENTAR LA OFERTA, ESTADÍA Y DERRAMA ECONÓMICA EN EL DESTINO TURÍSTICO DE Tijuana, A TRAVÉS DE PARTICIPACIÓN EN EVENTOS, REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS, HERRAMIENTAS Y ARTÍCULOS PROMOCIONALES ASI COMO DIVERSAS ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO.	44	11	13	0	13	13	11	0	11	0	7	4

**PRIMER PERIODO**  
**MARZO** LAS ACCIONES PROGRAMADAS PARA EL 1ER TRIMESTRE DEL 2020 FUERON AFECTADAS Y QUEDARON PENDIENTES POR TEMAS ADMINISTRATIVOS LOS CUALES SE RESOLVERÁN EN EL MES DE ABRIL, AUNADO A ESTO SE DA LA SUSPENSIÓN DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS A PARTIR DEL MES DE MARZO POR LA PANDEMIA DEL COVID-19, QUEDANDO TENTATIVAMENTE POR SUBSANAR LOS INCUMPLIMIENTOS DURANTE EL 2DO TRIMESTRE DEL AÑO.

META	PROG.	REAL	PROG.	REAL	1	2	3	Real	Prog.	4	Real	
PROMOVER Y PUBLICITAR LA ACTUAL OFERTA TURÍSTICA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL QUE CONLLEVE A INCREMENTAR LA OFERTA, ESTADÍA Y DERRAMA ECONÓMICA EN EL DESTINO TURÍSTICO DE TECATE, A TRAVÉS DE PARTICIPACIÓN EN EVENTOS, REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS, HERRAMIENTAS Y ARTÍCULOS PROMOCIONALES ASI COMO DIVERSAS ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO.	20	5	3	0	6	3	1	0	1	0	8	4

**PRIMER PERIODO**  
**MARZO** LAS ACCIONES PROGRAMADAS PARA EL 1ER TRIMESTRE DEL 2020 FUERON AFECTADAS Y QUEDARON PENDIENTES POR TEMAS ADMINISTRATIVOS LOS CUALES SE RESOLVERÁN EN EL MES DE ABRIL, AUNADO A ESTO SE DA LA SUSPENSIÓN DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS A PARTIR DEL MES DE MARZO POR LA PANDEMIA DEL COVID-19, QUEDANDO TENTATIVAMENTE POR SUBSANAR LOS INCUMPLIMIENTOS DURANTE EL 2DO TRIMESTRE DEL AÑO.

META	PROG.	REAL	PROG.	REAL	1	2	3	Real	Prog.	4	Real	
PROMOVER Y PUBLICITAR LA ACTUAL OFERTA TURÍSTICA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL QUE CONLLEVE A INCREMENTAR LA OFERTA, ESTADÍA Y DERRAMA ECONÓMICA EN EL DESTINO TURÍSTICO DE PLAYAS DE ROSARITO, A TRAVÉS DE PARTICIPACIÓN EN EVENTOS, REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS, HERRAMIENTAS Y ARTÍCULOS PROMOCIONALES ASI COMO DIVERSAS ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO.	41	9	13	0	10	14	10	0	10	0	7	4

**PRIMER PERIODO**  
**MARZO** LAS ACCIONES PROGRAMADAS PARA EL 1ER TRIMESTRE DEL 2020 FUERON AFECTADAS Y QUEDARON PENDIENTES POR TEMAS ADMINISTRATIVOS LOS CUALES SE RESOLVERÁN EN EL MES DE ABRIL, AUNADO A ESTO SE DA LA SUSPENSIÓN DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS A PARTIR DEL MES DE MARZO POR LA PANDEMIA DEL COVID-19, QUEDANDO TENTATIVAMENTE POR SUBSANAR LOS INCUMPLIMIENTOS DURANTE EL 2DO TRIMESTRE DEL AÑO.

META	PROG.	REAL	PROG.	REAL	1	2	3	Real	Prog.	4	Real	
PROMOVER Y PUBLICITAR LA ACTUAL OFERTA TURÍSTICA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL QUE CONLLEVE A INCREMENTAR LA OFERTA, ESTADÍA Y DERRAMA ECONÓMICA EN EL DESTINO TURÍSTICO DE ENSENADA, A TRAVÉS DE PARTICIPACIÓN EN EVENTOS, REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS, HERRAMIENTAS Y ARTÍCULOS PROMOCIONALES ASI COMO DIVERSAS ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO.	50	9	13	0	13	9	10	0	10	0	14	4

**PRIMER PERIODO**  
**MARZO** LAS ACCIONES PROGRAMADAS PARA EL 1ER TRIMESTRE DEL 2020 FUERON AFECTADAS Y QUEDARON PENDIENTES POR TEMAS ADMINISTRATIVOS LOS CUALES SE RESOLVERÁN EN EL MES DE ABRIL, AUNADO A ESTO SE DA LA SUSPENSIÓN DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS A PARTIR DEL MES DE MARZO POR LA PANDEMIA DEL COVID-19, QUEDANDO TENTATIVAMENTE POR SUBSANAR LOS INCUMPLIMIENTOS DURANTE EL 2DO TRIMESTRE DEL AÑO.

META	PROG.	REAL	PROG.	REAL	1	2	3	Real	Prog.	4	Real	
PROMOVER Y PUBLICITAR LA ACTUAL OFERTA TURÍSTICA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL QUE CONLLEVE A INCREMENTAR LA OFERTA, ESTADÍA Y DERRAMA ECONÓMICA EN EL DESTINO TURÍSTICO DE MEXICALI, A TRAVÉS DE PARTICIPACIÓN EN EVENTOS, REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS, HERRAMIENTAS Y ARTÍCULOS PROMOCIONALES ASI COMO DIVERSAS ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO.	56	4	9	0	11	4	9	0	11	0	25	4

**PRIMER PERIODO**  
**MARZO** LAS ACCIONES PROGRAMADAS PARA EL 1ER TRIMESTRE DEL 2020 FUERON AFECTADAS Y QUEDARON PENDIENTES POR TEMAS ADMINISTRATIVOS LOS CUALES SE RESOLVERÁN EN EL MES DE ABRIL, AUNADO A ESTO SE DA LA SUSPENSIÓN DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS A PARTIR DEL MES DE MARZO POR LA PANDEMIA DEL COVID-19, QUEDANDO TENTATIVAMENTE POR SUBSANAR LOS INCUMPLIMIENTOS DURANTE EL 2DO TRIMESTRE DEL AÑO.

META	PROG.	REAL	PROG.	REAL	1	2	3	Real	Prog.	4	Real	
PROMOVER Y PUBLICITAR LA ACTUAL OFERTA TURÍSTICA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL QUE CONLLEVE A INCREMENTAR LA OFERTA, ESTADÍA Y DERRAMA ECONÓMICA EN EL DESTINO TURÍSTICO DE Tijuana, A TRAVÉS DE PARTICIPACIÓN EN EVENTOS, REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS, HERRAMIENTAS Y ARTÍCULOS PROMOCIONALES ASI COMO DIVERSAS ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO.	44	11	13	0	13	13	11	0	11	0	7	4





**GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA**  
**SECRETARÍA DE HACIENDA**  
**AVANCE DEL PRIMER TRIMESTRE**

RAMO: 70 FPPTBC

PROGRAMA: 183 IMPULSO Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

UNIDAD RESPONSABLE: 100 FPPTBC

UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE					
	PROG.	REAL	1	2	3	Progr.	Real	4
META	16	6	5	4	3	0	0	0
PROMOVER Y PUBLICITAR LA ACTUAL OFERTA TURÍSTICA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL QUE CONLLEVE A INCREMENTAR LA OFERTA, ESTADIA Y DERRAMA ECONÓMICA EN EL DESTINO TURÍSTICO DE SAN QUINTÍN, A TRAVÉS DE PARTICIPACIÓN EN EVENTOS, REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS, HERRAMIENTAS Y ARTÍCULOS PROMOCIONALES ASÍ COMO DIVERSAS ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO.								

\*PRIMER PERIODO MARZO SE DA LA OPORTUNIDAD DE REALIZAR ACCIONES DE PROMOCIÓN NO PROGRAMADAS Y DE IMPACTO PARA EL DESTINO

UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE					
	PROG.	REAL	1	2	3	Progr.	Real	4
META	6	0	0	2	3	0	0	0
LOGRAR MANTENER EL GASTO ADMINISTRATIVO DEL FIDECOMISO HASTA UN 8% PARA FORTALECER LA INVERSIÓN EN ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA (MENOS GASTO ADMINISTRATIVO MÁS INVERSIÓN EN PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD)								

\*PRIMER PERIODO MARZO SE DA LA OPORTUNIDAD DE REALIZAR ACCIONES DE PROMOCIÓN NO PROGRAMADAS Y DE IMPACTO PARA EL DESTINO

UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE					
	PROG.	REAL	1	2	3	Progr.	Real	4
META	4	1	1	2	3	1	0	0
ESTRATEGIA INTEGRAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DEL ESTADO Y EL FORTALECIMIENTO DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE CADA UNO DE SUS DESTINOS.								

\*PRIMER PERIODO MARZO LAS ACCIONES PROGRAMADAS PARA EL 1ER TRIMESTRE DEL 2020 FUERON AFECTADAS Y QUEDARON PENDIENTES POR TEMAS ADMINISTRATIVOS LOS CUALES SE RESOLVERÁN EN EL MES DE ABRIL, AUNADO A ESTO SE DA LA SUSPENSIÓN DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS A PARTIR DEL MES DE MARZO POR LA PANDEMIA DEL COVID-19, SIN EMBARGO SE PRESENTA AVANCE