



GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA

SECRETARÍA DE HACIENDA

IDENTIFICACIÓN DE PROGRAMAS PARA EL EJERCICIO FISCAL 2020

RAMO: 70 - FPPTBC

PROGRAMA: 183 - IMPULSO Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

ELEMENTO

RESUMEN NARRATIVO


FIN

CONTRIBUIR AL DINAMISMO ECONÓMICO Y AL DESARROLLO SUSTENTABLE DEL ESTADO MEDIANTE EL FORTALECIMIENTO DE LA PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD DE LA OFERTA TURÍSTICA COMPETITIVA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL.

PROPOSITO

LA PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DEL ESTADO, INCREMENTAN LA AFLUENCIA TURÍSTICA.

PRESUPUESTO POR CATEGORÍA PROGRAMÁTICA		PRESUPUESTO DE EGRESOS		
CAPÍTULO	DESCRIPCIÓN CAPÍTULO	ANUAL		DEVENGADO AL TRIMESTRE
		AUTORIZADO INICIAL	MODIFICADO	
20000	MATERIALES Y SUMINISTROS	\$ 334,598.64	\$ 441,738.64	\$ 113,392.58
30000	SERVICIOS GENERALES	\$ 73,365,237.38	\$ 129,795,391.70	\$ 59,580,983.38
40000	TRANSFERENCIAS, ASIGNACIONES, SUBSIDIOS Y OTRAS AYUDAS	\$ 6,881,499.98	\$ 10,671,499.98	\$ 2,542,850.00
50000	BIENES MUEBLES, INMUEBLES E INTANGIBLES	\$ 312,820.00	\$ 542,820.00	\$ 79,373.10

  
OMAR JAVIER DURAN CONTRERAS  
RESPONSABLE DEL RAMO

  
OMAR JAVIER DURAN CONTRERAS  
RESPONSABLE DEL PROGRAMA



# GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA

## SECRETARÍA DE HACIENDA

### AVANCE DEL CUARTO 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

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	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 ASÍ COMO DIVERSAS ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO.	ACCION DE PROMOCION	56	11	11	4	9	1	5	2	31	4
3.2.1.1.1		Mejorar y desarrollar las localidades con alto potencial y atractivo turístico para incrementar la atracción de turistas al Estado.									

#### OBSERVACIONES Y/O JUSTIFICACIÓN

CIERRE DEL EJERCICIO LA PARTICIPACIÓN EN LOS EVENTOS QUE SE TENÍAN PROGRAMADAS SE CANCELARON A CAUSA DE LA CONTINGENCIA SANITARIA A CAUSA DEL COVID-19, EL DESARROLLO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS FUERON INTERRUMPIDAS POR CAUSA DE CONTINGENCIA, AL CONSIDERARSE QUE EL DESARROLLO DE LAS MISMAS NO TENDRÍA EL IMPACTO BUSCADO POR EL COMITÉ DE MERCADOTECNIA.

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	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 ASÍ COMO DIVERSAS ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO.	ACCION DE PROMOCION	13	7	5	4	4	1	1	1	3	1
3.2.1.1.1		Mejorar y desarrollar las localidades con alto potencial y atractivo turístico para incrementar la atracción de turistas al Estado.									

#### OBSERVACIONES Y/O JUSTIFICACIÓN

CIERRE DEL EJERCICIO LA MAYORÍA DE LOS EVENTOS PROGRAMADOS EN 2020, FUERON PRIMERO POSTERGADOS Y FINALMENTE CANCELADOS DEBIDO A LA PANDEMIA POR EL COVID-19. UNA BUENA PARTE DEL AÑO SE ESTUVO EN SEMÁFORO ROJO POR PARTE DE LAS AUTORIDADES, POR LO QUE NO ERA PERMITIDA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS MASIVOS. LO MISMO SUCEDIÓ CON LA REALIZACIÓN DE HERRAMIENTAS PUBLICITARIAS, YA QUE LA MAYORÍA DE ÉSTAS SE EMPLEA EN DICHOS EVENTOS Y/O EN ATENCIÓN A EVENTOS (QUE TAMBIÉN FUERON CANCELADOS O REALIZADOS DE MANERA VIRTUAL). EN CUANTO A LAS CAMPAÑAS DE RADIO Y TELEVISIÓN SE DECIDIÓ IRLAS APLAZANDO HASTA QUE LA SITUACIÓN MEJORARA Y COMO NO FUE ASÍ DURANTE EL 2020 SE OPTÓ POR CANCELAR DICHAS CAMPAÑAS

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	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 ASÍ COMO DIVERSAS ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO.	ACCION DE PROMOCION	41	28	13	11	13	3	9	5	6	9
3.2.1.1.1		Mejorar y desarrollar las localidades con alto potencial y atractivo turístico para incrementar la atracción de turistas al Estado.									

#### OBSERVACIONES Y/O JUSTIFICACIÓN

CIERRE DEL EJERCICIO NO SE LLEGÓ A LA META DEBIDO A LA CONTINGENCIA SANITARIA, QUE IMPOSIBILITABA LA MOVILIDAD DE PERSONAS PARA PODER ASISTIR A EVENTOS YA SEA VÍA TERRESTRE O AÉREA, POR LO CUAL EL DESTINO SE ENFOCO EN LA CAMPAÑA DE REDES SOCIALES PARA MANTENER VIGENTE LA IMAGEN DEL DESTINO TURÍSTICO, POR OTRA PARTE NO SE REALIZARON REDUCCIONES A LA PROGRAMACIÓN DADO QUE NOS MANTUVIMOS EN LA ESPERA DE QUE LAS CONDICIONES MEJORARAN Y PODER CUMPLIR CON LA PROGRAMACIÓN

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	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 ASÍ COMO DIVERSAS ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO.	ACCION DE PROMOCION	20	13	5	5	3	1	1	1	8	6
3.2.1.1.1		Mejorar y desarrollar las localidades con alto potencial y atractivo turístico para incrementar la atracción de turistas al Estado.									

#### OBSERVACIONES Y/O JUSTIFICACIÓN

CIERRE DEL EJERCICIO NO SE LLEGÓ AL META DERIVADO DE LA CANCELACIÓN DE EVENTOS POR LA PANDEMIA ADEMÁS DE CONTAR CON LOS INGRESOS SUFICIENTES DE ISH PARA COMPROMETER EN CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN DEBIDO A QUE NO SE HA DEPOSITADO EL RECURSO DEL DESTINO





# GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA

## SECRETARÍA DE HACIENDA

### AVANCE DEL CUARTO TRIMESTRE

RAMO: 70 FPPTBC

PROGRAMA: 183 IMPULSO Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

UNIDAD RESPONSABLE: 100 FPPTBC

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	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 ASÍ COMO DIVERSAS ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO.	ACCION DE PROMOCION	41	20	10	4	14	1	10	6	7	10
3.2.1.1.1	Mejorar y desarrollar las localidades con alto potencial y atractivo turístico para incrementar la atracción de turistas al Estado.										

#### OBSERVACIONES Y/O JUSTIFICACIÓN

**CIERRE DEL EJERCICIO** HAY UN INCUMPLIMIENTO DE METAS PROGRAMADAS DERIVADO DE LA CANCELACIÓN DE EVENTOS POR LA PANDEMIA. YA QUE, AL NO LLEVARSE A CABO ASISTENCIA A EVENTOS, SE CANCELARON ACCIONES EXTRA QUE SE REALIZAN PARA CUMPLIR CON LA REALIZACIÓN DE ESTE, ALGUNOS HICIERON SU VERSIÓN DIGITAL PERO LAS NECESIDADES DE ASISTENCIA SON DE MENORES. TAMBIÉN SE DETUVIERON VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN, TOMANDO EN CUENTA EL CAMBIO EN EL CONSUMO DE MEDIOS DE LOS VISITANTES SE HICIERON MÁS ACCIONES DIGITALES, NO HUBO MODIFICACIÓN PROGRAMÁTICA YA QUE EL CAMBIANTE AMBIENTE AL QUE NOS ESTAMOS ENFRENTANDO NOS ORILLA A MANTERNOS FLEXIBLES Y NO PODÍAMOS SUGERIR UN CAMBIO REAL DE ACCIONES A LARGO PLAZO PUES ESPERÁBAMOS SE REANUDARÍAN ACTIVIDADES.

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	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 ASÍ COMO DIVERSAS ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO.	ACCION DE PROMOCION	53	18	13	9	13	0	11	2	16	7
3.2.1.1.1	Mejorar y desarrollar las localidades con alto potencial y atractivo turístico para incrementar la atracción de turistas al Estado.										

#### OBSERVACIONES Y/O JUSTIFICACIÓN

**CIERRE DEL EJERCICIO** DERIVADO DE LA CONTINGENCIA SANITARIA DURANTE EL 2020, SE PRESENTARON A LO LARGO DEL AÑO AJUSTES Y CAMBIOS GENERADOS, POR UN LADO, DE PROMOTORES Y PROVEEDORES. Y POR OTRO LADO, POR DECISIONES PROPIAS DEL COMITÉ DE MERCADOTECNIA DE ENSENADA, DADA LA INCERTIDUMBRE DE LA MISMA PANDEMIA, REPERCUTIÓ EN LA EJECUCIÓN DE ACCIONES Y CAMPAÑAS PROGRAMADAS POR PARTE DEL DESTINO. Y POR LA MISMA RAZÓN, SE MANTUVO LO PROGRAMADO ESPERANDO CON EL TIEMPO SE REDUJERA LA CONTINGENCIA Y CONTAR CON LAS CONDICIONES PARA LA EJECUCIÓN DE LO PROGRAMADO.

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	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 QUINTÍN, A TRAVÉS DE PARTICIPACIÓN EN EVENTOS, REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS, HERRAMIENTAS Y ARTÍCULOS PROMOCIONALES ASÍ COMO DIVERSAS ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO.	ACCION DE PROMOCION	16	14	3	5	4	1	3	1	6	7
3.2.1.1.1	Mejorar y desarrollar las localidades con alto potencial y atractivo turístico para incrementar la atracción de turistas al Estado.										

#### OBSERVACIONES Y/O JUSTIFICACIÓN

**CIERRE DEL EJERCICIO** NO SE LLEGÓ A LA META DEBIDO A QUE EL COMITÉ DECIDIÓ NO INVERTIR EN TODAS LAS CAMPAÑAS PROGRAMADAS DEBIDO A LA CONTINGENCIA SANITARIA DERIVADA DEL COVID-19.

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
LOGRAR MANTENER EL GASTO ADMINISTRATIVO DEL FIDEICOMISO HASTA UN 8%, PARA FORTALECER LA INVERSIÓN EN ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA (MENOS GASTO ADMINISTRATIVO MÁS INVERSIÓN EN PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD)	PORCENTAJE	8	6.62	0	0	8	17.54	0	0	8	6.62
5.1.1.3.2	Asegurar que los recursos públicos se apliquen con austeridad, buscando un gasto con sobriedad, sin derroches ni privilegios en el gasto operativo y administrativo, priorizando los servicios y las áreas de atención al público.										

#### OBSERVACIONES Y/O JUSTIFICACIÓN

**CIERRE DEL EJERCICIO** SE CUMPLIO LA META MANTENIENDO EL GASTO ADMINISTRATIVO POR DEBAJO DEL PORCENTAJE DEL 8%

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
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.	CAMPAÑA	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1
3.2.1.1.1	Mejorar y desarrollar las localidades con alto potencial y atractivo turístico para incrementar la atracción de turistas al Estado.										

#### OBSERVACIONES Y/O JUSTIFICACIÓN



GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA

SECRETARÍA DE HACIENDA

AVANCE DEL CUARTO TRIMESTRE

---

RAMO: 70 FPPTBC

PROGRAMA: 183 IMPULSO Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

---

UNIDAD RESPONSABLE: 100 FPPTBC

---

OBSERVACIONES Y/O JUSTIFICACIÓN

CIERRE DEL EJERCICIO CUMPLIMIENTO DE LA META