

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	ANU AUTORIZADO INICIAL	AL MODIFICADO	DEVENGADO AL TRIMESTRE					
20000	MATERIALES Y SUMINISTROS	\$ 334,598.64	\$ 441,398.64	\$ 72,786.1					
30000	SERVICIOS GENERALES	\$ 73,365,237.38	\$ 129,815,731.70	\$ 25,227,750.0					
40000	TRANSFERENCIAS, ASIGNACIONES, SUBSIDIOS Y OTRAS AYUDAS	\$ 6,881,499.98	\$ 10,651,499.98	\$ 1,097,850.0					
50000	BIENES MUEBLES, INMUEBLES E INTANGIBLES	\$ 312,820.00	\$ 542,820.00	\$ 64,178.7					

OMAR JAVIER BYRAN CONTRERAS

BESPONSABLE DEL RAMO

OMAN JAVIER DUBAN CONTRENAS

RESPONSABLE DEL PROGRAMA



GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA SECRETARÍA DE HACIENDA

AVANCE DEL TERCER TRIMESTRE

RAMO:

70 FPPTBC

PROGRAMA:

183 IMPULSO Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

UNIDAD RESPONSABLE:

100 FPPTBC

	META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZA PROG.	ACION REAL	METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE								
PROMOVER Y PUBLICITAR LA	ACTUAL OFERTA TURÍSTICA A NIVEL NACIONAL E	ACCION DE PROMOCION	53	11	1			2		3			
	EVE A INCREMENTAR LA OFERTA, ESTADÍA Y DERRAMA				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Rea	
ECONÓMICA EN EL DESTINO TURISTICO DE ENSENADA, A TRAVÉS DE PARTICIPACIÓN EI EVENTOS, REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS, HERRAMIENTAS Y ARTÍCULOS PROMOGIONALE: ASÍ COMO DIVERSAS ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO.					13	9	13	0	11	2	16	0	
IMER PERIODO GUNDO PERIODO RCER PERIODO	MARZO LAS ACCIONES PROGRAMADAS PA DE ACTIVIDADES TURISTICAS A PARTIR DEL JUNIO "ADO QUE LA PANDEMIA A FECTA DE MERCADOTECNIA DE ENSENADA DECIDIO Y EN ESTADOS UNIDOS." SEPTIEMBRE EL INCUMPLIMIENTO EN EL T	MES DE MARZO POR LA PANE DO EL CONSUMO Y FLUJO TU Ó DETENER DE IGUAL FORMA,	DEMIA DEL CONAVIRUS, QUE RÍSTICO, SE HAN DETENIDO DE MANERA MOMENTÁNEA	EDANDO TENTATIVAN LA REALIZACIÓN DE LA LAS INVERSIONES I	MENTE POR SUBS EVENTOS TANT EN PAUTA DIGITA	SANAR LOS INCU TO FUERA Y DENT AL. TODO ESTO S	MPLIMIENTOS DI TRO DEL DESTIN SE REACTIVARA S	JRANTE EL 2DO DENSENADA, A BEGÚN LAS CON	TRIMESTRE DE SÍ MISMO, DADA IDICIONES DE L	EL AÑO. A LA BAJA CAPTAC A PANDEMIA EN E	CIÓN DE ISH, EL O	OMITÉ	
the search from a figure and a season of the	META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZA PROG.	ACION	-		META	S ESPERADA	S POR TRIMI	ESTRE			
ROMOVER Y PUBLICITAR LA	TAR LA ACTUAL OFERTA TURÍSTICA A NIVEL NACIONAL E	ACCION DE PROMOCION	16	7		1	1)	1	3	7		
ERNACIONAL QUE CONLLE	VE A INCREMENTAR LA OFERTA, ESTADÍA Y DERRAMA TURÍSTICO DE SAN QUINTIN, A TRAVÉS DE PARTICIPACIÓN	AGGIGIA DE TROMOGICIA			Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Re	
	E CAMPAÑAS, HERRAMIENTAS Y ARTÍCULOS DIVERSAS ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DEL MARZO SE DA LA OPORTUNIDAD DE RELIZ JUNIO NO SE LLEGÓ A LA META EN ESTE TI FUTUROS MESES DE ACUERDO A LOS AVAN	RIMESTRE DERIVADO A QUE L	OS EVENTOS PROGRAMADO			5 /IERON AFECTAD	OAS POR LA CON	TINGENCIA DE L	3 A PANDEMIA Y	EL COMITÉ DECID	6 DIÓ LLEVARLOS A	CABO EI	
ICER PERIODO	SEPTIEMBRE EL INCUMPLIMIENTO DERIVA		41	ANDEMIA POR COVID	-19. Y LA ELABOI	RACION DE ARTIC	CULOS DE PROM	OCION SE POSE	PUSO PARA EL I	MES DE OCTUBRE			
			CALENDARIZA					S ESPERADA					
	META	UNIDAD DE MEDIDA		The second secon									
CDAD MANITENED EL CASTO			PROG. 8	17.54		1	2		1	3	-		
RTALECER LA INVERSIÓN E	O ADMINISTRATIVO DEL FIDEICOMISO HASTA UN 8%, PARA N ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA	PORCENTAJE	8 8		Prog.	1 Real	Prog.	Real	Prog.	3 Real	Prog.	Rea	
RTALECER LA INVERSIÓN E	O ADMINISTRATIVO DEL FIDEICOMISO HASTA UN 8%, PARA		8 8		Prog.	Real 0	Prog. 8	Real 17.54	Prog.	Real 0	Prog.	Re 0	
RTALECER LA INVERSIÓN E ENOS GASTO ADMINISTRATI	O ADMINISTRATIVO DEL FIDEICOMISO HASTA UN 8%, PARA N ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA	PORCENTAJE 5.1.1.3.2 ERIVA DE LA CONTINGENCIA S	8 IANITARIA CAUSADA POR EL IL ESTADO EN CAMPAÑAS Y	17.54 VIRUS COVID19 QUE REALIZACIÓN DE EV	0 E AQUEJA AL MUI	0 NDO LO CUAL A A	8 AFECTADO EL SE	17.54	0 CO AFECTADO E	0 L CONSUMO Y FL	8 UJO TURÍSTICO	(
RTALECER LA INVERSIÓN E ENOS GASTO ADMINISTRATI	D ADMINISTRATIVO DEL FIDEICOMISO HASTA UN 8%, PARA N ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA IVO MÁS INVERSIÓN EN PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD) JUNIO EN INCUMPLIMIENTO EN LA META DE	PORCENTAJE 5.1.1.3.2 ERIVA DE LA CONTINGENCIA S	8 ANITARIA CAUSADA POR EL	17.54 VIRUS COVID19 QUE REALIZACIÓN DE EV	0 E AQUEJA AL MUI	0 NDO LO CUAL A A	8 AFECTADO EL SE DEL ESTADO SII	17.54	0 CO AFECTADO E S GASTOS FIJO:	0 EL CONSUMO Y FL S OPERATIVOS CO	8 UJO TURÍSTICO	C	
ORTALECER LA INVERSIÓN E ENOS GASTO ADMINISTRATI GUNDO PERIODO	D ADMINISTRATIVO DEL FIDEICOMISO HASTA UN 8%, PARA N ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA IVO MÁS INVERSIÓN EN PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD) JUNIO EN INCUMPLIMIENTO EN LA META DE QUE SE HA DETENIDO LA INVERSIÓN EN LA F	PORCENTAJE 5.1.1.3.2 ERIVA DE LA CONTINGENCIA S PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD DE	8 IANITARIA CAUSADA POR EL L ESTADO EN CAMPAÑAS Y CALENDARIZA	17.54 VIRUS COVID19 QUE REALIZACIÓN DE EVICIÓN	0 E AQUEJA AL MUI ENTOS TANTO F	0 NDO LO CUAL A A	8 AFECTADO EL SE DEL ESTADO SII	17.54 CTOR TURÍSTIC NEMBARGO LOS S ESPERADA	0 CO AFECTADO E S GASTOS FIJO:	0 EL CONSUMO Y FL S OPERATIVOS CO	8 UJO TURÍSTICO	PORLO	
DRTALECER LA INVERSIÓN E JENOS GASTO ADMINISTRATI GUNDO PERIODO STRATEGIA INTEGRAL DE PR	D ADMINISTRATIVO DEL FIDEICOMISO HASTA UN 8%, PARA N ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA IVO MÁS INVERSIÓN EN PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD) JUNIO EN INCUMPLIMIENTO EN LA META DE QUE SE HA DETENIDO LA INVERSIÓN EN LA F	PORCENTAJE 5.1.1.3.2 ERIVA DE LA CONTINGENCIA S ROMOCIÓN Y PUBLICIDAD DE UNIDAD DE MEDIDA	8 IANITARIA CAUSADA POR EL L ESTADO EN CAMPAÑAS Y CALENDARIZA	17.54 VIRUS COVID19 QUE REALIZACIÓN DE EVICIÓN	0 E AQUEJA AL MUI ENTOS TANTO F	0 NDO LO CUAL A A UERA Y DENTRO	8 AFECTADO EL SE DEL ESTADO SII META	17.54 CTOR TURÍSTIC NEMBARGO LOS S ESPERADA	0 CO AFECTADO E S GASTOS FIJO:	0 EL CONSUMO Y FL S OPERATIVOS CO	8 UJO TURÍSTICO ONTINUAN.	POR LO	

PRIMER PERIODO TERCER PERIODO MARZO LAS ACCIONES PROGRAMADAS PARTIR DEL 2020 FUERON AFECTADAS Y QUEDARON PENDIENTES POR TEMAS ADMINISTRATIVOS LOS CUALES SE RESOLVERÁN EN EL MES DE MARZO SE DA LA SUSPENSIÓN DE ACTIVIDADES TURISTICAS A PARTIR DEL MES DE MARZO POR LA PANDEMIA DEL CONAVIRUS, SIN EMBARGO SE PRESENTA AVANCE
SEPTIEMBRE SE LLAVOA A CABO LA CREACION DE CONTENIDO POR LA AGENIA DIGITAL Y SE PATICIPO EN EVENTO IBTM 2020

<rptAvancePoaTrimestre>



GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA SECRETARÍA DE HACIENDA

AVANCE DEL TERCER 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 TURÍSTICA DE LOS DESTINOS TURÍSTICO DEL ESTADO

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALEN PROG.	DARIZACIÓN REAL	METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE										
PROMOVER Y PUBLICITAR LA ACTUAL OFERTA TURÍSTICA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL QUE CONLLEVE A INCREMENTAR LA OFERTA, ESTADÍA Y DERRAMA	ACCION DE PROMOCION	56	7	Prog.	1 Re	al	Prog.	2 Real	Prog.	3 Real	Prog.	4 Real		
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.				11	4		9	1	5	2	31	0		

PRIMER PERIODO

PRIMER PERIODO

SEGUNDO 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 MARZO POR LA PANDEMIA DEL CONAVIRUS, QUEDANDO TENTATIVAMENTE POR SUBSANAR LOS INCUMPLIMIENTOS DURANTE EL 2DO TRIMESTRE DEL AÑO.
SEPTIEMBRE EL COMITÉ DE MERCADOTECNIA DECIDIO SUSPENDER LA CAMPANA DE PUBLICIDAD EN TENTATIVAMENTE POR PARA ENFOCARSE ENESTRATEGIA PRESENCIA EN MEDIOS DIGITALES TALES COMO: FACEBOOK, INSTAGRAM.

TERCER PERIODO SEPTIEMBRE EL COMIT E DE MERCADO I ECNIA DECIDIO SUSPENDER LA CAMPANA DE PUBLICIDAD EN TELEVISON, IMPRESOS,RIAI PARA TENEMENTE, SOOGIE, PLUS Y PINTEREST Y LOS VENTOS PROGRAMADOS PARA ESTE MES SE POSPUSIERON POR CONTINGENCIA COVID-19.

META	UNIDAD DE MEDIDA	PROG.	CALENDARIZACIO	N REAL	METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
PROMOVER Y PUBLICITAR LA ACTUAL OFERTA TURÍSTICA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL QUE CONLLEVE A INCREMENTAR LA OFERTA, ESTADÍA Y DERRAMA	ACCION DE PROMOCION	13		6	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	4 Real
ECONÓMICA EN EL DESTINO TURÍSTICO DE SAN FELIPE, A TRAVÉS DE PARTICIPACIÓN EN EVENTOS, REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS, HERRAMIENTAS Y ARTÍCULOS PROMOCIONALES					5	4	4	1	1	1	3	0

ASÍ COMO DIVERSAS ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO.

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 PARTIRI DEL MES DE MARZO POR LA PANDEMIA DEL CONAVIRUS, QUEDANDO TENTATIVAMENTE POR SUBSANAR LOS INCUMPLIMIENTOS DURANTE EL 2DO TRIMESTRE DEL 2ÑO.
JUNIO NO SE LLEGÓ A LA META EN ESTE TRIMESTRE DERIVADO A QUE LOS EVENTOS PROGRAMADOS Y CAMPAÑAS PUBLICITARIAS SE VIERON A FECTADAS POR LA CONTINGENCIA DE LA PANDEMIA Y EL COMITÉ DECIDIÓ LLEVARLOS A CABO EN

FUTUROS MESES DE ACUERDO A LOS AVANCES QUE SE VEAN EN EL ESTADO.

TERCER PERIODO SEPTIEMBRE SE LLEVO A CABO LA CAMPAÑA EN REDES SOCIALES DEL DESTIN

TEROER PERIODO SEPTIEMBRE SE LLEVO A CABO LA CAMPANA EN REDES SOCIALES DEL DESTINO												
META	UNIDAD DE MEDIDA	PROG.	ARIZACION REAL	METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE								
PROMOVER Y PUBLICITAR LA ACTUAL OFERTA TURÍSTICA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL QUE CONLLEVE A INCREMENTAR LA OFERTA, ESTADÍA Y DERRAMA		41	19	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	4 Real	
ECONÓMICA EN EL DESTINO TURÍSTICO DE TIJUANA. A TRAVÉS DE PARTICIPACIÓN EVENTOS, REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS, HERRAMIENTAS Y ARTÍCULOS PROMOCION				13	11	13	3	9	5	6	0	

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 CONAVIRUS, QUEDANDO TENTATIVAMENTE POR SUBSANAR LOS INCUMPLIMIENTOS DURANTE EL 2DO O 3ER TRIMESTRE DEL AÑO.

SEGUNDO PERIODO JUNIO NO SE CUMPLIERON CON LAS METAS DEBIDO A LA SITUACIÓN ACTUAL A NIVEL MUNDIAL POR COVID-19
TERCER PERIODO SEPTIEMBRE INCUMPLIMIENTO DERIVA DE LA CANCELACION DE EVENTOS POR LA PANDEMIA DE COVID-19

META	UNIDAD DE MEDIDA	C. PROG.	ALENDARIZACION FIEAL	METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
PROMOVER Y PUBLICITAR LA ACTUAL OFERTA TURÍSTICA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL QUE CONLLEVE A INCREMENTAR LA OFERTA, ESTADÍA Y DERRAMA	ACCION DE PROMOCION	20	7	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
ECONÓMICA EN EL DESTINO TURÍSTICO DE TECATE, A TRAVÉS DE PARTICIPACIÓN EN EVENTOS, REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS, HERRAMIENTAS Y ARTÍCULOS PROMOCIONALES				8	5	3	1	1	1	8	0

ASÍ COMO DIVERSAS ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO.

ASÍ COMO DIVERSAS ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO.

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 PANDEMÍA DEL CONAVIRUS, QUEDANDO TENTATIVAMENTE POR SUBSANAR LOS INCUMPLIMIENTOS DURANTE EL 200 TRIMESTRE DEL AÑO.
JUNIO NO SE LLEGÓ A LA METTA EN ESTE TRIMESTRE DEBIDO A QUE LOS EVENTOS PROGRAMADOS Y CAMPAÑAS PUBLICITARIAS SE VIERON AFECTADAS POR LA CONTINIGENCIA DE LA PANDEMÍA Y EL COMITÉ DECIDIÓ LLEVARLOS A CABO EN

TOTOTOS MESES DE ACCERDO A EOS AVANC	CO COE DE VEMIVEIN EL EOI	AL/C	AND THE RESIDENCE OF THE PARTY								
META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDA	RIZACIÓN			META					
PROMOVER Y PUBLICITAR LA ACTUAL OFERTA TURÍSTICA A NIVEL NACIONAL E	ACCION DE PROMOCION	41	10	1		2			3	1	4
INTERNACIONAL QUE CONLLEVE A INCREMENTAR LA OFERTA, ESTADÍA Y DERRAMA	11001011 11011001011			Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
ECONÓMICA EN EL DESTINO TURÍSTICO DE PLAYAS DE ROSARITO, A TRAVÉS DE				10	4	14	1	10	5	7	0

PROMOCIONALES ASÍ COMO DIVERSAS ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO. 3.2.

PRIMER PERIODO TERCER PERIODO

PRIMER PERIODO

SEGUNDO 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 MARZO POR LA PANDEMIA DEL CONAVIRUS, QUEDANDO TENTATIVAMENTE POR SUBSANAR LOS INCUMPLIMIENTOS DURANTE EL 200 TRIMESTRE DEL AÑO.
SEPTIEMBRE EL INCUMPLIMIENTO DERIVA DE LA CANCELACIÓN DE EVENTOS DERIVADOS DE LA CONTINSO DE LA CONTINSO DEL ACONTINSO DEL ACONTI

<rptAvancePoaTrimestre>