



GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA

SECRETARÍA DE HACIENDA


IDENTIFICACIÓN DE PROGRAMAS PARA EL EJERCICIO FISCAL 2022


RAMO: 70 - FPPTBC

PROGRAMA: 183 - IMPULSO Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

ELEMENTO	RESUMEN NARRATIVO
FIN	CONTRIBUIR AL DESARROLLO ECONÓMICO SOSTENIBLE DEL ESTADO MEDIANTE ESTRATEGIAS QUE PROMUEVAN A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL LA AFLUENCIA TURÍSTICA Y EL AUMENTO DE LA DERRAMA ECONÓMICA A CADA UNO DE LOS MUNICIPIOS DEL ESTADO.
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	\$ 1,609,912.00	\$ 1,609,912.00	\$ 2,558.16
30000	SERVICIOS GENERALES	\$ 239,221,324.00	\$ 239,221,324.00	\$ 1,711,180.06
40000	TRANSFERENCIAS, ASIGNACIONES, SUBSIDIOS Y OTRAS AYUDAS	\$ 32,327,700.00	\$ 32,327,700.00	\$ 0.00
50000	BIENES MUEBLES, INMUEBLES E INTANGIBLES	\$ 355,000.00	\$ 355,000.00	\$ 0.00


 MIGUEL AGUIÑIGA RODRÍGUEZ
 RESPONSABLE DEL RAMO


 MIGUEL AGUIÑIGA RODRÍGUEZ
 RESPONSABLE DEL PROGRAMA





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 TURÍSTICA DE LOS DESTINOS TURÍSTICO DEL ESTADO

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, TOMANDO EN CUENTA SUS VOCACIONES Y SEGMENTOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE DIVERSAS ESTRATEGIAS, QUE PERMITEN LOGRAR POSICIONAMIENTO PERMANENTE DEL DE DESTINO.	ACCION DE PROMOCION	18	2	2	2	4	0	4	0	8	0

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, TOMANDO EN CUENTA SUS VOCACIONES Y SEGMENTOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE DIVERSAS ESTRATEGIAS, QUE PERMITEN LOGRAR POSICIONAMIENTO PERMANENTE DEL DE DESTINO.	ACCION DE PROMOCION	39	4	11	4	10	0	6	0	12	0

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, TOMANDO EN CUENTA SUS VOCACIONES Y SEGMENTOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE DIVERSAS ESTRATEGIAS, QUE PERMITEN LOGRAR POSICIONAMIENTO PERMANENTE DEL DE DESTINO.	ACCION DE PROMOCION	24	5	7	5	7	0	3	0	7	0

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, TOMANDO EN CUENTA SUS VOCACIONES Y SEGMENTOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE DIVERSAS ESTRATEGIAS, QUE PERMITEN LOGRAR POSICIONAMIENTO PERMANENTE DEL DE DESTINO.	ACCION DE PROMOCION	55	7	11	7	16	0	14	0	15	0

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, TOMANDO EN CUENTA SUS VOCACIONES Y SEGMENTOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE DIVERSAS ESTRATEGIAS, QUE PERMITEN LOGRAR POSICIONAMIENTO PERMANENTE DEL DE DESTINO.	ACCION DE PROMOCION	59	7	9	7	17	0	14	0	19	0

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 QUINTIN, TOMANDO EN CUENTA SUS VOCACIONES Y SEGMENTOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE DIVERSAS ESTRATEGIAS, QUE PERMITEN LOGRAR POSICIONAMIENTO PERMANENTE DEL DE DESTINO.	ACCION DE PROMOCION	18	4	3	4	5	0	3	0	7	0

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
APLICACIÓN OPTIMA DEL RECURSO PARA REDUCIR EL GASTO ADMINISTRATIVO E INVERTIR EN ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD EL 92% DEL ISSH CORRESPONDIENTE A LOS DESTINOS TURÍSTICOS DEL ESTADO	PORCENTAJE	8	0	0	0	8	0	0	0	8	0

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
REALIZACIÓN DE CAMPAÑA DE POSICIONAMIENTO PERMANENTE DE BAJA CALIFORNIA COMO DESTINO TURÍSTICO SEGURO ENFOCADA A AUDIENCIAS LOCALES, NACIONALES Y EXTRANJERAS CON ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN Y ASISTENCIA TURÍSTICA.	ACCION DE PROMOCION	5	3	2	3	3	0	3	0	1	0



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

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		ENERO	FEBRERO	1		2		3		4	
		52	5	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, ESTADIA Y DERRAMA ECONÓMICA EN EL DESTINO TURÍSTICO DE MEXICALI. TOMANDO EN CUENTA SUS VOCACIONES Y SEGMENTOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE DIVERSAS ESTRATEGIAS, QUE PERMITEN LOGRAR POSICIONAMIENTO PERMANENTE DEL DE DESTINO.	ACCION DE PROMOCION			9	5	18	0	9	0	16	0