



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	\$ 1,620,012.00	\$ 167,283.45
30000	SERVICIOS GENERALES	\$ 239,221,324.00	\$ 243,924,264.20	\$ 128,844,633.37
40000	TRANSFERENCIAS, ASIGNACIONES, SUBSIDIOS Y OTRAS AYUDAS	\$ 32,327,700.00	\$ 31,779,700.00	\$ 11,829,569.43
50000	BIENES MUEBLES, INMUEBLES E INTANGIBLES	\$ 355,000.00	\$ 355,000.00	\$ 203,917.70

MIGUEL AGUIÑIGA RODRÍGUEZ
RESPONSABLE DEL RAMO

MIGUEL AGUIÑIGA RODRÍGUEZ
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 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	26									
				2	2	4	7	4	8	8	9	
7.4.4 Baja California como destino turístico posicionado en el ámbito nacional e internacional												
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	36	36									
				11	4	8	8	6	8	11	16	
7.4.4 Baja California como destino turístico posicionado en el ámbito nacional e internacional												
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	23	28									
				7	5	6	5	3	9	7	9	
7.4.4 Baja California como destino turístico posicionado en el ámbito nacional e internacional												
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	51	61									
				11	7	12	10	14	19	14	25	
7.4.4 Baja California como destino turístico posicionado en el ámbito nacional e internacional												
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	53	48									
				9	7	15	11	12	12	17	18	
7.4.4 Baja California como destino turístico posicionado en el ámbito nacional e internacional												
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	30									
				3	4	5	7	3	5	7	14	
7.4.4 Baja California como destino turístico posicionado en el ámbito nacional e internacional												
APLICACIÓN ÓPTIMA 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	3.11									
				0	0	8	3.11	0	0	8	2.93	
7.4.4 Baja California como destino turístico posicionado en el ámbito nacional e internacional												



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
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	9	11	2	3	3	3	3	0	1	5
	7.4.4 Baja California como destino turístico posicionado en el ámbito nacional e internacional										
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, TOMANDO EN CUENTA SUS VOCACIONES Y SEGMENTOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE DIVERSAS ESTRATEGIAS, QUE PERMITEN LOGRAR POSICIONAMIENTO PERMANENTE DEL DE DESTINO.	ACCION DE PROMOCION	42	51	9	5	15	7	6	12	12	27
	7.4.4 Baja California como destino turístico posicionado en el ámbito nacional e internacional										