



GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA

SECRETARÍA DE HACIENDA

IDENTIFICACIÓN DE PROGRAMAS PARA EL EJERCICIO FISCAL 2023

RAMO: 70 - FPPTBC

PROGRAMA: 183 - IMPULSO Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

ELEMENTO	RESUMEN NARRATIVO
FIN	CONTRIBUIR A LA PROSPERIDAD ECONÓMICA QUE GARANTICE UN DESARROLLO INCLUYENTE Y SOSTENIBLE, QUE POTENCIE LAS CAPACIDADES, VOCACIONES Y VENTAJAS COMPETITIVAS DE LA ENTIDAD MEDIANTE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS QUE POSICIONEN A BAJA CALIFORNIA COMO UN DESTINO TURÍSTICO SOSTENIBLE, COMPETITIVO Y DE VANGUARDIA.
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	\$ 1,760,209.26	\$ 1,760,209.26	\$ 752.99
30000	SERVICIOS GENERALES	\$ 292,019,839.84	\$ 292,019,839.84	\$ 13,637,400.11
40000	TRANSFERENCIAS, ASIGNACIONES, SUBSIDIOS Y OTRAS AYUDAS	\$ 16,269,600.00	\$ 16,269,600.00	\$ 300,000.00
50000	BIENES MUEBLES, INMUEBLES E INTANGIBLES	\$ 350,000.00	\$ 350,000.00	\$ 0.00

  
 MIGUEL AGUIÑIGA RODRÍGUEZ  
 RESPONSABLE DEL RAMO

MIGUEL AGUIÑIGA RODRÍGUEZ  
 RESPONSABLE DEL PROGRAMA

e

an



**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**

**231 IMPLEMENTAR CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD, PROMOCIÓN, 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 DE MEXICALI, TOMANDO EN CUENTA SUS VOCACIONES Y SEGMENTOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE DIVERSAS ESTRATEGIAS, QUE PERMITEN LOGRAR POSICIONAMIENTO	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	54	18	16	16	14	0	15	0	9	0

7.4.4

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 DE ENSENADA, TOMANDO EN CUENTA SUS VOCACIONES Y SEGMENTOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE DIVERSAS ESTRATEGIAS, QUE PERMITEN LOGRAR POSICIONAMIENTO	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	61	19	19	19	14	0	16	0	12	0

7.4.4

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 DE SAN QUINTIN, TOMANDO EN CUENTA SUS VOCACIONES Y SEGMENTOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE DIVERSAS ESTRATEGIAS, QUE PERMITEN LOGRAR POSICIONAMIENTO PERMANENTE DEL DESTINO.	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	29	11	8	11	10	0	7	0	4	0

7.4.4

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
APLICACIÓN ÓPTIMA DEL RECURSO PARA REDUCIR EL GASTO ADMINISTRATIVO E INVERTIR EN ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD DEL 92% DEL ISSH CORRESPONDIENTE A LOS DESTINOS TURÍSTICOS DEL ESTADO.	PORCENTAJE	16	0	0	0	8	0	0	0	6	0

7.4.3

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 DE SAN FELIPE, TOMANDO EN CUENTA SUS VOCACIONES Y SEGMENTOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE DIVERSAS ESTRATEGIAS, QUE PERMITEN LOGRAR POSICIONAMIENTO	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	29	12	8	12	10	0	7	0	4	0

7.4.4

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 DE TECATE, TOMANDO EN CUENTA SUS VOCACIONES Y SEGMENTOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE DIVERSAS ESTRATEGIAS, QUE PERMITEN LOGRAR POSICIONAMIENTO	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	36	13	11	13	11	0	8	0	6	0

7.4.4

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 DE ROSARITO, TOMANDO EN CUENTA SUS VOCACIONES Y SEGMENTOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE DIVERSAS ESTRATEGIAS, QUE PERMITEN LOGRAR POSICIONAMIENTO	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	50	14	15	14	14	0	13	0	8	0

7.4.4

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 DE TIJUANA, TOMANDO EN CUENTA SUS VOCACIONES Y SEGMENTOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE DIVERSAS ESTRATEGIAS, QUE PERMITEN LOGRAR POSICIONAMIENTO	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	59	19	19	19	14	0	16	0	10	0

7.4.4



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

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
		8	2	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
REALIZACIÓN DE CAMPANA DE POSICIONAMIENTO PERMANENTE DE BAJA CALIFORNIA COMO DESTINO TURÍSTICO SEGURO ENFOCADA A AUDIENCIAS LOCALES, NACIONALES Y ENTRANJERAS CON ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN Y ASISTENCIA TURÍSTICA.	ACCIÓN DE DIFUSIÓN			2	2	3	0	1	0	0	0

7.44