



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

FIN

RESUMEN NARRATIVO

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.

CAPÍTULO	PRESUPUESTO POR CATEGORÍA PROGRAMÁTICA		PRESUPUESTO AUTORIZADO INICIAL
	DESCRIPCIÓN	CAPÍTULO	
20000	MATERIALES Y SUMINISTROS		\$ 1,760,209.26
30000	SERVICIOS GENERALES		\$ 292,019,839.84
40000	TRANSFERENCIAS, ASIGNACIONES, SUBSIDIOS Y OTRAS AYUDAS		\$ 16,269,600.00
50000	BIENES MUEBLES, INMUEBLES E INTANGIBLES		\$ 350,000.00



MIGUEL AGUIÑIGA RODRÍGUEZ

MIGUEL AGUIÑIGA RODRÍGUEZ

RESPONSABLE DEL RAMO

RESPONSABLE DEL PROGRAMA





GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA
SECRETARÍA DE HACIENDA

FORMATO DE METAS DE INDICADORES DE LOS PROGRAMAS 2023

RAMO: 70 FPPTBC

PROGRAMA: 183 IMPULSO Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

INDICADOR	META 2023	UNIDAD DE MEDIDA	PERIODICIDAD	QUÉ MIDE
INDICE DE LA CALIDAD EN EL EJERCICIO DEL GASTO PUBLICO DEL FPPTBC		PORCENTAJE	SEMESTRAL	LA CALIDAD EN EL EJERCICIO DEL GASTO PUBLICO DE LA INSTITUCIÓN AL SEMESTRE DEL EJERCICIO FISCAL ACTUAL
OCCUPACIÓN HOTELERA EN EL ESTADO		PORCENTAJE	TRIMESTRAL	EL PORCENTAJE DE CUARTOS RENTADOS CON RELACIÓN AL TOTAL DE CUARTOS DISPONIBLES EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE TRADICIONALES.
PIB TURÍSTICO DEL ESTADO		MILLONES DE PESOS	ANUAL	EL VALOR MONETARIO DE LOS BIENES Y SERVICIOS FINALES, ES DECIR, LOS QUE ADQUIERE EL CONSUMIDOR FINAL, PRODUCIDOS EN BAJA CALIFORNIA EN UN AÑO, Y CUENTA TODO EL PRODUCTO RELACIONADO CON LA ACTIVIDAD TURÍSTICA GENERADO DENTRO DE BAJA CALIFORNIA.



GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA
SECRETARÍA DE HACIENDA

CONCENTRADO DE INDICADORES DEL PROGRAMA 2023

RAMO: 70 FPPTBC

PROGRAMA: 183 IMPULSO Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

INDICADOR (ES) DE FIN

NOMBRE	1	META	UNIDAD DE MEDIDA	PERIODICIDAD	QUÉ MIDE
PIB TURÍSTICO DEL ESTADO			MILLONES DE PESOS	ANUAL	EL VALOR MONETARIO DE LOS BIENES Y SERVICIOS FINALES. ES DECIR, LOS QUE ADQUIERE EL CONSUMIDOR FINAL, PRODUCIDOS EN BAJA CALIFORNIA EN UN AÑO, Y CUENTA TODO EL PRODUCTO RELACIONADO CON LA ACTIVIDAD TURÍSTICA GENERADO DENTRO DE BAJA CALIFORNIA.

INDICADOR (ES) DE PROPÓSITO

NOMBRE	2	META	UNIDAD DE MEDIDA	PERIODICIDAD	QUÉ MIDE
Ocupación hotelera en el estado			Porcentaje	Trimestral	El porcentaje de cuartos rentados con relación al total de cuartos disponibles en los establecimientos de hospedaje tradicionales.



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
UNIDAD RESPONSABLE: 100 FPPTBC

ACTIVIDAD INSTITUCIONAL

231 IMPLEMENTAR CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD, PROMOCIÓN, RELACIONES PÚBLICAS, ORGANIZAR Y PARTICIPAR EN EVENTOS QUE FORTALEZCAN LA IMAGEN TURÍSTICA DE LOS DESTINOS TURÍSTICO DEL ESTADO

UNIDAD RESPONSABLE DE LA ACTIVIDAD INSTITUCIONAL

100 FPPTBC

LINEA POLITICA	META	LOCALIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD PROG	METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE		
					1	2	3
7.4.4	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 DE MEXICALI, TOMANDO EN CUENTA SUS VOCACIONES Y SEGMENTOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE DIVERSAS ESTRATEGIAS, QUE PERMITEN LOGRAR POSICIONAMIENTO PERMANENTE DEL DESTINO	MEXICALI	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	54	16	14	15
7.4.4	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 DE SAN FELIPE, TOMANDO EN CUENTA SUS VOCACIONES Y SEGMENTOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE DIVERSAS ESTRATEGIAS, QUE PERMITEN LOGRAR POSICIONAMIENTO PERMANENTE DEL DESTINO	SAN FELIPE	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	29	8	10	7
7.4.4	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 DE TIJUANA, TOMANDO EN CUENTA SUS VOCACIONES Y SEGMENTOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE DIVERSAS ESTRATEGIAS, QUE PERMITEN LOGRAR POSICIONAMIENTO PERMANENTE DEL DESTINO	TIJUANA	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	59	19	14	16
7.4.4	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 DE TECATE, TOMANDO EN CUENTA SUS VOCACIONES Y SEGMENTOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE DIVERSAS ESTRATEGIAS, QUE PERMITEN LOGRAR POSICIONAMIENTO PERMANENTE DEL DESTINO	TECATE	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	36	11	11	8
7.4.4	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 DE ROSARITO, TOMANDO EN CUENTA SUS VOCACIONES Y SEGMENTOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE DIVERSAS ESTRATEGIAS, QUE PERMITEN LOGRAR POSICIONAMIENTO PERMANENTE DEL DESTINO	PLAYAS DE ROSARITO	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	50	15	14	13
7.4.4	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 DE ENSENADA, TOMANDO EN CUENTA SUS VOCACIONES Y SEGMENTOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE DIVERSAS ESTRATEGIAS, QUE PERMITEN LOGRAR POSICIONAMIENTO PERMANENTE DEL DESTINO	ENSENADA	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	61	19	14	16
7.4.4	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 DE SAN QUINTIN, TOMANDO EN CUENTA SUS VOCACIONES Y SEGMENTOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE DIVERSAS ESTRATEGIAS, QUE PERMITEN LOGRAR POSICIONAMIENTO PERMANENTE DEL DESTINO	SAN QUINTIN	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	29	8	10	7
7.4.4	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.	ESTATAL	PORCENTAJE	16	0	8	0
7.4.3	REALIZACIÓN DE CAMPAÑA DE POSICIONAMIENTO PERMANENTE DE BAJA CALIFORNIA COMO DESTINO TURÍSTICO SEGURO ENFOCADA A AUDIENCIAS LOCALES, NACIONALES Y ENTRANJERAS CON ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN Y ASISTENCIA TURÍSTICA	ESTATAL	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	6	1	2	3
7.4.4					2	3	1