



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 DESTINO TURISTICO SOSTENIBLE, COMPETITIVO Y DE VANGUARDIA, BASADA EN UNA GESTIÓN PÚBLICA HONESTA Y AL SERVICIO

**PROPOSITO**

LA OCUPACIÓN HOTELERA EN EL ESTADO SE INCREMENTA DEBIDO A ESTRATEGIAS NACIONALES E INTERNACIONALES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD DE LA OFERTA Y DESTINOS TURÍSTICOS.

CAPÍTULO	DESCRIPCIÓN CAPÍTULO	PRESUPUESTO DE EGRESOS			DEVENGADO AL TRIMESTRE
		AUTORIZADO INICIAL	ANUAL	MODIFICADO	
20000	MATERIALES Y SUMINISTROS	\$ 2,095,033.00		\$ 329,296.14	\$ 59,065.44
30000	SERVICIOS GENERALES	\$ 210,612,382.51		\$ 122,948,147.06	\$ 52,175,349.92
40000	TRANSFERENCIAS, ASIGNACIONES, SUBSIDIOS Y OTRAS AYUDAS	\$ 23,742,584.49		\$ 15,296,816.30	\$ 7,571,680.00
50000	BIENES MUEBLES, INMUEBLES E INTANGIBLES	\$ 300,000.00		\$ 52,824.00	\$ 427.00
60000	INVERSION PUBLICA	\$ 26,250,000.00		\$ 0.00	\$ 0.00

MIGUEL AGUÍGA RODRÍGUEZ

RESPONSABLE DEL RAMO

MIGUEL AGUÍGA RODRÍGUEZ

RESPONSABLE DEL PROGRAMA



GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA

SECRETARÍA DE HACIENDA

AVANCE DEL SEGUNDO TRIMESTRE

RAMO: 70 FPPTBC

PROGRAMA: 183 IMPULSO Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

UNIDAD RESPONSABLE: 100 FPPTBC

PROYECTO:

37 TIANGUIS TURISTICO MEXICO 2025

META	UNIDAD DE MEDIDA		CALENDARIZACION		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE								
	PROYECTO	PROYECTO	PROY.	REAL	1	2	3	4	1	2	3	4	
PROYECTO EJECUTIVO PARA EL DESARROLLO DEL EVENTO NACIONAL TIANGUIS TURISTICO MEXICO 2025, EJECUTADO			6	2	0	0	2	2	0	2	3	0	0
					0	0	2	2	0	2	3	0	0
					0	0	2	2	0	2	3	0	0
					0	0	2	2	0	2	3	0	0

7.4.4

*[Handwritten signature]*



GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA

SECRETARÍA DE HACIENDA

AVANCE DEL SEGUNDO 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

UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE					
	PROG.	REAL	PROG.	REAL	PROG.	REAL	PROG.	REAL
ACCIONES DE OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS PARA SAN FELIPE, QUE PROVEEN Y FORTALECEN LA INVERSIÓN EN ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA, IMPLEMENTADAS.	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>META</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD A NIVEL REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DE TIJUANA, REALIZADAS.</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>9</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>0</b>

PRIMER PERIODO 7.4.4 MARZO REPORTE DE AVANCE PRESUPUESTAL

SEGUNDO PERIODO JUNIO REPORTE DE AVANCES

UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE					
	PROG.	REAL	PROG.	REAL	PROG.	REAL	PROG.	REAL
ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD A NIVEL REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DE TIJUANA, REALIZADAS.	1	1	2	3	3	4	4	4
<b>META</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>9</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>0</b>

PRIMER PERIODO 7.4.4 MARZO PARTICIPACIÓN EN EVENTOS, TRAVEL ADVENTURE, SABOR ES POLANCO, VIAJE DE FAMS EN CONJUNTO CON HOTEL MARRIOTT Y PROMOCIÓN EN REUNIÓN DE LA ASOCIACIÓN MEXICANA DE HOTELES Y MOTEL EN MICHOACÁN

SEGUNDO PERIODO JUNIO EVENTO INTERNACIONAL PUEBLOS MÁGICOS FAM GUJA MICHELIN, VISITAS DE WORLD MEETINGS FORUM, LATINAMERICA MEETING Y CONGRESO NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE REUNIONES 2024

UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE					
	PROG.	REAL	PROG.	REAL	PROG.	REAL	PROG.	REAL
ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO MASIVO CON IMPACTO TURISTICO A TIJUANA Y AL ESTADO, EN MEDIOS DE COMUNICACION TRADICIONALES Y DIGITALES, REALIZADAS	1	1	2	3	3	4	4	4
<b>META</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>

PRIMER PERIODO 7.4.4 MARZO ARTICULOS PROMOCIONALES ENTREGADOS EN 2 EVENTOS TRAVEL AND ADVENTURE Y SABOR ES POLANCO

SEGUNDO PERIODO JUNIO CAMPAÑAS ESTATAL Y LOCAL PUBLICIDAD IMPRESA Y ENTREGA DE PRODUCTOS PROMOCIONALES EN EVENTO INTERNACIONAL EN TEXAS.

UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE					
	PROG.	REAL	PROG.	REAL	PROG.	REAL	PROG.	REAL
ACCIONES DE OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS PARA TECATE, QUE PROVEEN Y FORTALECEN LA INVERSIÓN EN ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA, IMPLEMENTADAS.	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>META</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>

PRIMER PERIODO 7.4.4 MARZO REPORTE DE AVANCE AL 1ER. TRIMESTRE DEL EJERCICIO 2024

SEGUNDO PERIODO JUNIO REPORTE DE AVANCE

UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE					
	PROG.	REAL	PROG.	REAL	PROG.	REAL	PROG.	REAL
ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO MASIVO CON IMPACTO TURISTICO A ROSARITO Y AL ESTADO, EN MEDIOS DE COMUNICACION TRADICIONALES Y DIGITALES, REALIZADAS	1	1	2	3	3	4	4	4
<b>META</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>

PRIMER PERIODO 7.4.4 MARZO ENTREGA DE ARTICULOS PROMOCIONALES EN LOS EVENTO REALIZADOS.

SEGUNDO PERIODO JUNIO CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS, ASÍ COMO ENTREGA DE PRODUCTOS PROMOCIONALES EN EVENTO DE TEXAS, PUEBLOS MÁGICOS INTERNACIONAL

UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE					
	PROG.	REAL	PROG.	REAL	PROG.	REAL	PROG.	REAL
ACCIONES DE OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS PARA ROSARITO, QUE PROVEEN Y FORTALECEN LA INVERSIÓN EN ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA, IMPLEMENTADAS.	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>META</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD A NIVEL REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DE TIJUANA, REALIZADAS.</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>9</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>0</b>

PRIMER PERIODO 7.4.4 MARZO REPORTE DE AVANCE AL 1ER. TRIMESTRE DEL EJERCICIO 2024

SEGUNDO PERIODO JUNIO REPORTE DE AVANCE



**GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA**  
**SECRETARÍA DE HACIENDA**  
**AVANCE DEL SEGUNDO TRIMESTRE**

**RAMO:** 70 FPPTBC  
**PROGRAMA:** 183 IMPULSO Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

**UNIDAD RESPONSABLE:** 100 FPPTBC

ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO MASIVO CON IMPACTO TURISTICO A ENSEÑADA Y AL ESTADO. EN MEDIOS DE COMUNICACION TRADICIONALES Y DIGITALES. REALIZADAS	UNIDAD DE MEDIDA ACCION DE DIFUSION	CALENDARIZACION		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE												
		SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	ENE.	FEB.	MAR.	Real	Prog.	Real	Prog.				
		5							2	2	3	2	0	2	4	0

7.4.4  
 PRIMER PERIODO MARZO ENTREGA DE ARTICULOS PROMOCIONALES EN LOS EVENTO REALIZADOS  
 SEGUNDO PERIODO JUNIO CAMPAÑAS DE PROMOCION Y RELACIONES PUBLICAS ENTREGA DE ARTICULOS PROMOCIONALES EN EVENTO INTERNACIONAL

ACCIONES DE OPTIMIZACION DE RECURSOS QUE PROVEEN Y FORTALECEN LA INVERSION EN ACCIONES DE PROMOCION Y PUBLICIDAD TURISTICA. IMPLEMENTADAS.	UNIDAD DE MEDIDA ACCION	CALENDARIZACION		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE												
		SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	ENE.	FEB.	MAR.	Real	Prog.	Real	Prog.				
		3							1	2	2	1	0	2	4	0

7.4.4  
 PRIMER PERIODO MARZO REPORTE DEL GASTO EJERCIDO AL 1ER. TRIMESTRE DEL EJERCICIO 2024  
 SEGUNDO PERIODO JUNIO REPORTE DE AVANCES DE GESTION ADMINISTRATIVA

ACCIONES DE PROMOCION Y PUBLICIDAD A NIVEL REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURISTICOS DEL ESTADO EN PLATAFORMAS DE AIRBNB. REALIZADAS.	UNIDAD DE MEDIDA ACCION DE DIFUSION	CALENDARIZACION		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE												
		SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	ENE.	FEB.	MAR.	Real	Prog.	Real	Prog.				
		5							3	3	5	3	0	3	4	0

7.4.4  
 PRIMER PERIODO MARZO POR APROBACION DEL PRESUPUESTO EN MARZO, SE RECORRE LA FECHA DE INICIO  
 SEGUNDO PERIODO JUNIO ACTIVACION DE CAMPAÑA CON PADRES DE SAN DIEGO Y XOLOS DE TULUANA

ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO MASIVO CON IMPACTO TURISTICO A SAN FELIPE Y AL ESTADO. EN MEDIOS DE COMUNICACION TRADICIONALES Y DIGITALES. REALIZADAS.	UNIDAD DE MEDIDA ACCION DE DIFUSION	CALENDARIZACION		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE												
		SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	ENE.	FEB.	MAR.	Real	Prog.	Real	Prog.				
		5							2	1	3	2	0	1	4	0

7.4.4  
 PRIMER PERIODO MARZO ENTREGA DE ARTICULOS PROMOCIONALES EN EVENTOS DE SAN FRANCISCO Y CD MEXICO  
 SEGUNDO PERIODO JUNIO CAMPAÑA DE PROMOCION Y RELACIONES PUBLICAS Y ENTREGA DE ARTICULOS PROMOCIONALES EN EVENTO INTERNACIONAL PUEBLOS MÁGICOS

ACCIONES DE OPTIMIZACION DE RECURSOS PARA TULUANA, QUE PROVEEN Y FORTALECEN LA INVERSION EN ACCIONES DE PROMOCION Y PUBLICIDAD TURISTICA. IMPLEMENTADAS.	UNIDAD DE MEDIDA ACCION	CALENDARIZACION		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE												
		SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	ENE.	FEB.	MAR.	Real	Prog.	Real	Prog.				
		2							1	1	1	1	0	1	4	0

7.4.4  
 PRIMER PERIODO MARZO REPORTE DE AVANCE PRESUPUESTAL AL TRIMESTRE  
 SEGUNDO PERIODO JUNIO REPORTE DE AVANCE

ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO MASIVO CON IMPACTO TURISTICO A TECATE Y AL ESTADO. EN MEDIOS DE COMUNICACION TRADICIONALES Y DIGITALES. REALIZADAS	UNIDAD DE MEDIDA ACCION DE DIFUSION	CALENDARIZACION		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE												
		SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	ENE.	FEB.	MAR.	Real	Prog.	Real	Prog.				
		5							2	2	3	2	0	1	4	0

7.4.4  
 PRIMER PERIODO MARZO ENTREGA DE ARTICULOS PROMOCIONALES EN LOS EVENTOS DEL TRAVEL & ADVENTURE EN SAN FRANCISCO Y SABOR ES POLARCO EN CD. DE MEXICO  
 SEGUNDO PERIODO JUNIO CAMPAÑA DE PROMOCION Y RELACIONES PUBLICAS Y ENTREGA DE ARTICULOS PROMOCIONALES EN EVENTO INTERNACIONAL PUEBLOS MÁGICOS

ACCIONES DE PROMOCION Y PUBLICIDAD A NIVEL REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURISTICOS DE ROSARITO Y DEL ESTADO. REALIZADAS.	UNIDAD DE MEDIDA ACCION DE DIFUSION	CALENDARIZACION		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE												
		SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	ENE.	FEB.	MAR.	Real	Prog.	Real	Prog.				
		17							11	6	11	7	0	6	4	0

*[Handwritten signature]*



GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA  
SECRETARÍA DE HACIENDA

AVANCE DEL SEGUNDO TRIMESTRE

RAMO: 70 FPPTBC

PROGRAMA: 183 IMPULSO Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

UNIDAD RESPONSABLE: 100 FPPTBC

PRIMER PERIODO	MARZO PARTICIPACIÓN EN SAN FRANCISCO TRAVEL, PRESENTACIÓN ESTATAL EN SABORES POLANCO, CD MEXICO	8	5	METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
SEGUNDO PERIODO	JUNIO EVENTOS DE PARTICIPACIÓN ESTATAL EN TEXAS, PUEBLOS MÁGICOS INTERNACIONAL Y CONFERENCIA EDGE EN WASHINGTON DC, FAM DE GUÍA MICHELIN	8	5	2	2	3	2	0	2	4	0
UNIDAD DE MEDIDA		CALENDARIZACIÓN		Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
ACCIÓN DE DIFUSIÓN		ACCIÓN DE DIFUSIÓN		2	2	3	2	0	2	4	0

PRIMER PERIODO	MARZO PRODUCTOS ENTREGADOS EN EVENTOS REALIZADOS	10	10	METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
SEGUNDO PERIODO	JUNIO CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS, ASÍ COMO ENTREGA DE PRODUCTOR PROMOCIONALES EN EVENTO DE TEXAS, PUEBLOS MÁGICOS INTERNACIONAL	10	10	6	4	3	6	5	0	4	0
UNIDAD DE MEDIDA		CALENDARIZACIÓN		Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
ACCIÓN DE DIFUSIÓN		ACCIÓN DE DIFUSIÓN		6	4	3	6	5	0	4	0

PRIMER PERIODO	MARZO 2 ACTIVIDADES DE LAS 4 PROGRAMADAS SE CONCRETARON, PENDIENTE 2 POR ORGANIZACIÓN DE ITINERARIOS DE FUTURAS VISITAS AL DESTINO DE MEXICALI Y REVISIÓN DE DOCTOS, PARA LOS APOYOS A ENTREGAR	7	5	METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
SEGUNDO PERIODO	JUNIO ASISTENCIA A EVENTO PUEBLOS MÁGICOS INTERNACIONAL	7	5	2	2	1	3	2	0	2	0
UNIDAD DE MEDIDA		CALENDARIZACIÓN		Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
ACCIÓN DE DIFUSIÓN		ACCIÓN DE DIFUSIÓN		2	2	1	3	2	0	2	0

PRIMER PERIODO	MARZO ENTREGA DE ARTICULOS PROMOCIONALES EN LOS EVENTOS REALIZADOS	4	2	METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
SEGUNDO PERIODO	JUNIO CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS, ASÍ COMO ENTREGA DE PRODUCTOR PROMOCIONALES EN EVENTO DE TEXAS, PUEBLOS MÁGICOS INTERNACIONAL	4	2	1	1	1	1	1	0	1	0
UNIDAD DE MEDIDA		CALENDARIZACIÓN		Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
ACCIÓN DE DIFUSIÓN		ACCIÓN DE DIFUSIÓN		1	1	1	1	1	0	1	0

PRIMER PERIODO	MARZO REPORTE DE AVANCE PRESUPUESTAL	11	7	METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
SEGUNDO PERIODO	JUNIO REPORTE DE AVANCE	11	7	5	4	3	3	3	0	2	0
UNIDAD DE MEDIDA		CALENDARIZACIÓN		Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
ACCIÓN DE DIFUSIÓN		ACCIÓN DE DIFUSIÓN		5	4	3	3	3	0	2	0

PRIMER PERIODO	MARZO APOYO AL EVENTO EN SAN FELIPE SCORE250	41	16	METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
SEGUNDO PERIODO	JUNIO PUEBLOS MÁGICOS INTERNACIONAL TEXAS	41	16	9	7	18	9	8	0	6	0
UNIDAD DE MEDIDA		CALENDARIZACIÓN		Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
ACCIÓN DE DIFUSIÓN		ACCIÓN DE DIFUSIÓN		9	7	18	9	8	0	6	0

PRIMER PERIODO	MARZO PARTICIPACIÓN EN SAN FRANCISCO TRAVEL, PRESENTACIÓN ESTATAL EN SABORES POLANCO, CD MEXICO	16	16	METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
SEGUNDO PERIODO	JUNIO EVENTO INTERNACIONAL PUEBLOS MÁGICOS, EDGE INTERNACIONAL 2024 Y FAM GUÍA MICHELIN	16	16	9	7	18	9	8	0	6	0
UNIDAD DE MEDIDA		CALENDARIZACIÓN		Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
ACCIÓN DE DIFUSIÓN		ACCIÓN DE DIFUSIÓN		9	7	18	9	8	0	6	0



# GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA

## SECRETARÍA DE HACIENDA

### AVANCE DEL SEGUNDO TRIMESTRE

RAMO: 70 FPPTBC

PROGRAMA: 183 IMPULSO Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

UNIDAD RESPONSABLE: 100 FPPTBC

UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE					
	PROG.	REAL	1	2	3	4	5	6
ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD A NIVEL REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DE SAN QUINTÍN Y DEL ESTADO, REALIZADAS.	17	6	1	2	3	4	0	4

7.4.4  
 MARZO PARTICIPACIÓN ESTATAL EN EVENTO DE SAN FRANCISCO Y SABOR ES POLANCO, CD. DE MÉXICO  
 JUNIO PARTICIPACIÓN EN EVENTOS PUEBLOS MÁGICOS EN TEXAS Y CONFERENCIA EDGE EN WASHINGTON DC, FAM GUÍA MICHELIN

UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE					
	PROG.	REAL	1	2	3	4	5	6
ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD A NIVEL REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DE ENSENADA Y DEL ESTADO, REALIZADAS	31	20	6	7	10	8	0	5

7.4.4  
 MARZO PARTICIPACIONES EN EVENTOS DE SAN FRANCISCO Y CD. DE MÉXICO, VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN  
 JUNIO EVENTOS DE PARTICIPACIÓN ESTATAL Y LOCAL EN PUEBLOS MÁGICOS, CONFERENCIA EDGE, PRESENTACIONES DE DESTINO EN CD. DE MÉXICO Y VIAJE DE FAM. CON GUÍA MICHELIN

UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE					
	PROG.	REAL	1	2	3	4	5	6
ACCIONES DE OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS PARA ENSEÑADA, QUE PROVEEN Y FORTALECEN LA INVERSIÓN EN ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA, IMPLEMENTADAS.	4	2	1	1	1	1	0	1

7.4.4  
 MARZO REPORTE DE AVANCE AL 1ER. TRIMESTRE DEL EJERCICIO 2024  
 JUNIO REPORTE DE AVANCE

UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE					
	PROG.	REAL	1	2	3	4	5	6
ACCIONES DE OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS PARA SAN QUINTÍN QUE PROVEEN Y FORTALECEN LA INVERSIÓN EN ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA, IMPLEMENTADAS	4	2	1	1	1	1	0	1

7.4.4  
 MARZO REPORTE DE AVANCE AL 1ER. TRIMESTRE DEL EJERCICIO 2024  
 JUNIO REPORTE DE AVANCE