



GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA
SECRETARÍA DE HACIENDA
IDENTIFICACIÓN DE PROGRAMAS PARA EL EJERCICIO FISCAL 2026

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 DESTINO TURÍSTICO SOSTENIBLE; COMPETITIVO Y DE VANGUARDIA, BASADA EN UNA GESTIÓN PÚBLICA HONESTA Y AL SERVICIO LAS ESTRATEGIAS NACIONALES E INTERNACIONALES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE BAJA CALIFORNIA, DIRIGIDAS A UNA POBLACIÓN OBJETIVO DIVERSA Y CON EQUITAD DE GÉNERO, SE REFLEJAN EN UNA MAYOR OCUPACIÓN HOTELERA EN EL ESTADO."

PROPOSITO

PRESUPUESTO POR CATEGORÍA PROGRAMÁTICA		PRESUPUESTO DE EGRESOS		
CAPÍTULO	DESCRIPCIÓN CAPÍTULO	ANUAL		DEVENGADO AL TRIMESTRE
		AUTORIZADO INICIAL	MODIFICADO	
20000	MATERIALES Y SUMINISTROS	\$ 1,588,554.00	\$ 1,367,095.00	\$ 434,373.67
30000	SERVICIOS GENERALES	\$ 92,406,662.00	\$ 241,775,357.51	\$ 127,866,993.98
40000	TRANSFERENCIAS, ASIGNACIONES, SUBSIDIOS Y OTRAS AYUDAS	\$ 13,049,002.00	\$ 10,849,202.00	\$ 6,930,000.00
50000	BIENES MUEBLES, INMUEBLES E INTANGIBLES	\$ 268,800.00	\$ 227,400.00	\$ 148,101.78

MIGUEL ÁNGEL BADIOLA MONTAÑO

RESPONSABLE DEL RAMO

MIGUEL ANGEL BADIOLA MONTAÑO

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

ACTIVIDAD

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

EVENTOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD CON PERSPECTIVA DE GÉNERO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DEL ESTADO. REALIZADOS (MEXICALI)	META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
			PROG.	REAL	1		2		3		4	
			6	4	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real

PEG

7.4.4

MARZO PARTICIPACIÓN TRAVEL SHOW EN SAN FRANCISCO Y VIAJE DE FAM. CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN NACIONALES.
JUNIO LANZAMIENTO CAMPAÑA BC. ROAD SHOW LV - PHOENIX - ROAD SHOW CALIFORNIA - NEEXTT CONNECT - AGENCIA TRADE - RELACIONES PÚBLICAS QUINN EME MEDIA PR & TRADE - EME MEDIA INFLUENCERS - QUINN PR

PRIMER PERIODO
SEGUNDO PERIODO

EVENTOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD CON PERSPECTIVA DE GÉNERO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DEL ESTADO. REALIZADOS (TIJUANA)	META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
			PROG.	REAL	1		2		3		4	
			10	8	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real

PEG

7.4.4

MARZO PARTICIPACIÓN EN TRAVEL SHOW DE LOS ÁNGELES Y EN SAN FRANCISCO, CALIF. Y APOYO A COMITÉ PROVINO
JUNIO LANZAMIENTO CAMPAÑA BAJA CALIFORNIA - ROADSHOW LAS VEGAS & PHOENIX - ROAD SHOW CALIFORNIA - NEEXTT CONNECT - POSTULACIÓN DE SEDE DEL CONGRESO INTERNACIONAL DE UROLOGÍA - EVENTOS PR SAN DIEGO Y LOS ÁNGELES - AGENCIA TRADE - QUINN - 48 HORAS EN BAJA - EL ORIGEN DE NUESTRAS ESTRELLAS - RESTAURANTES EN LA GUÍA MICHELIN - QUEER DESTINATION - EME MEDIA PR & TRADE - EME MEDIA INFLUENCERS - QUINN PR

PRIMER PERIODO
SEGUNDO PERIODO

CAMPAÑAS DE POSICIONAMIENTO MASIVO CON IMPACTO TURÍSTICO AL ESTADO, EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN, IMPLEMENTADAS. (TIJUANA)	META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
			PROG.	REAL	1		2		3		4	
			2	5	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real

PEG

7.4.3

MARZO CAMPAÑA DIGITAL DEL DESTINO - ASOMBRO Y ENTREGA DE PROMOCIONALES EN EL TRAVEL SHOW DE LOS ÁNGELES CALIF.
JUNIO ASOMBRO - EXPEDIA - PRICE - YA VAS - TRAVEL LEADERS - PAGINA WEB - STUDIO CREATIVO - AG CANADA - CAMPAÑA "BAJA ES PARA TI" - REPORTE DE COMMUNITY DE RRSS LANZAMIENTO CAMPAÑA BAJA CALIFORNIA - ROADSHOW LAS VEGAS & PHOENIX - ROAD SHOW CA - NEEXTT CONNECT - POSTULACIÓN DE SEDE DEL CONGRESO INTERNACIONAL DE UROLOGÍA - CONGRESO DE VETERINARIOS EN PEQUEÑAS ESPECIES EN BAJA CALIFORNIA

PRIMER PERIODO
SEGUNDO PERIODO

EVENTOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD CON PERSPECTIVA DE GÉNERO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DEL ESTADO. REALIZADOS (TECATE)	META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
			PROG.	REAL	1		2		3		4	
			6	5	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real

PEG

7.4.4

MARZO PARTICIPACIÓN TRAVEL SHOW EN LOS ÁNGELES CALIFORNIA Y EL NEEXTT TRAVEL EN CANCÚN MÉX.
JUNIO LANZAMIENTO CAMPAÑA BAJA CALIFORNIA - ROADSHOW LAS VEGAS & PHOENIX - ROAD SHOW CALIFORNIA - NEEXTT CONNECT - AGENCIA TRADE - QUINN EME MEDIA PR & TRADE - EME MEDIA INFLUENCERS - QUINN PR

PRIMER PERIODO
SEGUNDO PERIODO



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

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real

PEG

PRIMER PERIODO
SEGUNDO PERIODO

7.4.3 Impulso del desarrollo equilibrado de Baja California como destino turístico
MARZO CAMPAÑA DIGITAL ESTATAL CON PRICE SAPI Y ENTREGA DE PROMOCIONALES EN TRAVEL SHOW DE SAN FRANCISCO CALIF.
JUNIO EXPEDIA, PRICE, YAVAS, TRAVEL LEADERS, PAGINA WEB, STUDIO CREATIVO, AG CANADA, CAMPAÑA "BAJA ES PARA TI" LANZAMIENTO CAMPAÑA BAJA CALIFORNIA, ROAD SHOW LAS VEGAS, ROAD SHOW CALIFORNIA, NEEXTT

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real

PEG

PRIMER PERIODO
SEGUNDO PERIODO

7.4.4 Baja California como destino turístico posicionado en el ámbito nacional e internacional
MARZO PARTICIPACIÓN ESTATAL EN TRAVEL & ADVENTURE SHOW DE SAN FRANCISCO CALIFORNIA
JUNIO LANZAMIENTO CAMPAÑA BAJA CALIFORNIA, ROAD SHOW LV & PHOENIX, ROAD SHOW CALIFORNIA, NEEXTT CONNECT, AGENCIA TRADE - QUINN EME MEDIA PR & TRADE, EME MEDIA INFLUENCERS, QUINN PR, PACIFICO EN MOVIMIENTO, EL ORIGEN DE NUESTRAS ESTRELLAS, FAM MIRA, ROAD TO WINE COUNTRY, SCORE BAJA 500 2025, EVENTO XX FIESTA DE LOS VINEDOS EN FLOR, SE ENTAN SUMANDO LAS ACCIONES DEL MES DE MAYO YA QUE NO SE REGISTRO EN EL PEDIDO PASADO EN ESTE APARTADO DE METAS, MAS SI ESTAN EN LAS ACCIONES

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real

PEG

PRIMER PERIODO
SEGUNDO PERIODO

7.4.4 Baja California como destino turístico posicionado en el ámbito nacional e internacional
MARZO PARTICIPACIÓN ESTATAL EN EL TRAVEL SHOW DE LOS ANGELES Y DE SAN FRANCISCO, CALIFORNIA
JUNIO LANZAMIENTO CAMPAÑA, ROAD SHOW LV Y PHO, ROAD SHOW CALIFORNIA, NEEXTT CONNECT, EVENTOS PR SAN DIEGO Y LOS ANGELES, AGENCIA TRADE - QUINN EME MEDIA PR & TRADE, EME MEDIA INFLUENCERS, QUINN PR, PACIFICO EN MOVIMIENTO, EL ORIGEN DE NUESTRAS ESTRELLAS, FAM MIRA, ROAD TO WINE COUNTRY, SCORE BAJA 500 2025, EVENTO XX FIESTA DE LOS VINEDOS EN FLOR, SE ENTAN SUMANDO LAS ACCIONES DEL MES DE MAYO YA QUE NO SE REGISTRO EN EL PEDIDO PASADO EN ESTE APARTADO DE METAS, MAS SI ESTAN EN LAS ACCIONES

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real

PEG

PRIMER PERIODO

7.4.3 Impulso del desarrollo equilibrado de Baja California como destino turístico
MARZO CAMPAÑA DIGITAL ESTATAL CON PRICE SAPI Y ENTREGA DE PROMOCIONALES EN TRAVEL SHOW DE LOS ANGELES, CALIFORNIA

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real

PEG

PRIMER PERIODO
SEGUNDO PERIODO

7.4.4 Baja California como destino turístico posicionado en el ámbito nacional e internacional
MARZO LA CAMPAÑA CON PADRES DE SAN DIEGO, SE ENCUENTRA EN PROCESO DE PLANEACIÓN Y PROCESO CREATIVO
JUNIO ACTIVIDAD EN ESTADIO DE SD CALIFORNIA, PROMOCION DE TROLLEY SD, EVENTO ZONA COSTA, EVENTO EN MEXICALI, FAM FEST HOSPITALITY

<rptAvancePoaTrimestre>

21/07/2026 4.26



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

EVENTOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD CON PERSPECTIVA DE GÉNERO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DEL ESTADO, REALIZADOS. (SAN FELIPE)	META	UNIDAD DE MEDIDA EVENTO	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
			PAGO	REAL	1		2		3		4	
					Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real

PRIMER PERIODO
SEGUNDO PERIODO
7.4.4 Baja California como destino turístico posicionado en el ámbito nacional e internacional
MARZO VIAJE DE FAM. CON MEDIOS NACIONALES Y APOYO A EVENTO SCORE SAN FELIPE 2026
JUNIO ROAD SHOW CA.- AGENCIA TRADE - QUINN.- LANZAMIENTO CAMPAÑA BC.

CAMPANAS DE POSICIONAMIENTO MASIVO CON IMPACTO TURISTICO AL ESTADO, EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN, IMPLEMENTADAS. (SAN FELIPE)	META	UNIDAD DE MEDIDA CAMPANA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
			PAGO	REAL	1		2		3		4	
					Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real

PRIMER PERIODO
7.4.3 Impulso del desarrollo equilibrado de Baja California como destino turístico
MARZO CAMPAÑA DIGITAL ESTATAL CON PRICE SAPI Y ENTREGA DE ARTICULOS PROMOCIONALES EN EL TRAVEL SHOW DE SAN FRANCISCO CALIF.

CAMPANAS DE POSICIONAMIENTO MASIVO CON IMPACTO TURISTICO AL ESTADO, EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN, IMPLEMENTADAS. (TECATE)	META	UNIDAD DE MEDIDA CAMPANA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
			PAGO	REAL	1		2		3		4	
					Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real

PRIMER PERIODO
SEGUNDO PERIODO
7.4.3 Impulso del desarrollo equilibrado de Baja California como destino turístico
MARZO CAMPAÑA DIGITAL ESTATAL CON PRICE SAPI Y ENTREGA DE ARTICULOS PROMOCIONALES EN EL TRAVEL SHOW DE LOS ANGELES CALIFORNIA.
JUNIO EXPEDIA.- PRICE.- YA VAS.- TRAVEL LEADERS.- PAGINAS WEB.- STUDIO CREATIVO.- AG CANADA.- CAMPAÑA "BAJA ES PARA TI" LANZAMIENTO CAMPAÑA BC.- ROADSHOW LAS VEGAS & PHOENIX.- ROAD SHOW CALIFORNIA.- NEEXTT CONNECT.

AVANCES DE GESTIÓN DE LA ENTIDAD, CORRESPONDIENTES AL EJERCICIO FISCAL, ELABORADOS. (ESTATAL)	META	UNIDAD DE MEDIDA INFORME DE GESTIÓN FINANCIERA, PROGRAMÁTICO Y PRESUPUESTAL	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
			PAGO	REAL	1		2		3		4	
					Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real

SEGUNDO PERIODO
7.4.3 Impulso del desarrollo equilibrado de Baja California como destino turístico
JUNIO AVANCE DE GESTIÓN FINANCIERA SEMENTRAL DE LOS 7 DESTINOS, GASTO ADMINISTRATIVO Y PAGO DE HONORARIOS

CAMPANAS DE POSICIONAMIENTO MASIVO CON IMPACTO TURISTICO AL ESTADO, EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN, IMPLEMENTADAS. (MEXICALI)	META	UNIDAD DE MEDIDA CAMPANA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
			PAGO	REAL	1		2		3		4	
					Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real

PRIMER PERIODO
SEGUNDO PERIODO
7.4.3 Impulso del desarrollo equilibrado de Baja California como destino turístico
MARZO CAMPAÑA DIGITAL DEL DESTINO Y ENTREGA DE ARTICULOS PROMOCIONALES EN TRAVEL SHOW DE SAN FRANCISCO
JUNIO ASOMBRO CAMPAÑA DIGITAL - CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN ESTATAL CON: EXPEDIA, PRICE, YA VAS, PAG WEB, BAJA ES PARA TI, PROMOCIÓN DE DESTINOS, AG CANADA, ENTREGA DE PRODUCTOS PROMOCIONALES EN: LANZAMIENTO CAMPAÑA BC, ROAD SHOW LAS VEGAS, ROAD SHOW CALIFORNIA Y EVENTO NEEXTT CONNECT



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

	META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
			PROG.	REAL	1		2		3		4	
			26	26	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real

7.4.3 Impulso del desarrollo equilibrado de Baja California como destino turístico

PRIMER PERIODO MARZO CAMPAÑA DIGITAL ASOMBRO Y ENTREGA DE ARTICULOS PROMOCIONALES EN TRAVEL ADVENTURE SHOW DE SAN FRANCISCO CALIF.
SEGUNDO PERIODO JUNIO ASOMBRO- EXPEDIA- PRICE- YA VAS- TRAVEL LEADERS- PAGINAS WEB- STUDIO CREATIVO- AG CANADA- CAMPAÑA "BAJA ES PARA TI" LANZAMIENTO CAMPAÑA BAJA CALIFORNIA- ROAD SHOW LAS VEGAS- ROAD SHOW CALIFORNIA- NEEXT CONNECT.

	META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
			PROG.	REAL	1		2		3		4	
			30	18	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real

7.4.4 Baja California como destino turístico posicionado en el ámbito nacional e internacional

PRIMER PERIODO MARZO PARTICIPACIÓN ESTATAL EN EL TRAVEL SHOW DE LOS ÁNGELES CALIFORNIA.
SEGUNDO PERIODO JUNIO LANZAMIENTO CAMPAÑA- ROAD SHOW LV Y PHO- ROAD SHOW CALIFORNIA- MBTA- T&A SAN FRANCISCO- PCMA- EXPO AGRO SAN QUINTIN- BEER FEST- EXPO AGRO SAN QUINTIN- BEER FEST.