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

PRESUPUESTO POR CATEGORÍA PROGRAMÁTICA		PRESUPUESTO DE EGRESOS		
		ANUAL		DEVENGADO AL TRIMESTRE
CAPÍTULO	DESCRIPCIÓN CAPÍTULO	AUTORIZADO INICIAL	MODIFICADO	
20000	MATERIALES Y SUMINISTROS	$ 1,588,554.00	$ 1,354,095.00	$ 562,477.77
30000	SERVICIOS GENERALES	$ 92,406,662.00	$ 242,031,357.51	$ 161,438,087.40
40000	TRANSFERENCIAS, ASIGNACIONES, SUBSIDIOS Y OTRAS AYUDAS	$ 13,049,002.00	$ 10,606,202.00	$ 6,950,000.00
50000	BIENES MUEBLES, INMUEBLES E INTANGIBLES	$ 268,800.00	$ 227,400.00	$ 148,101.78

MIGUEL ANGEL BADIOLA MONTAÑO

RESPONSABLE DEL RAMO

MIGUEL ANGEL BADIOLA MONTAÑO

RESPONSABLE DEL PROGRAMA

GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA

SECRETARÍA DE HACIENDA

AVANCE DEL TERCER 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

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
EVENTOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD CON PERSPECTIVA DE GÉNERO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DEL ESTADO, REALIZADOS. (MEXICALI)	EVENTO	70	45	6	4	17	17	24	24	23	0

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

PRIMER PERIODO: MARZO PARTICIPACIÓN TRAVEL SHOW EN SAN FRANCISCO Y VIAJE DE FAM. CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN NACIONALES.

SEGUNDO PERIODO: JUNIO LANZAMIENTO CAMPAÑA BC. ROAD SHOW LV - PHOENIX.- ROAD SHOW CALIFORNIA.- NEEXTT CONNECT.- AGENCIA TRADE - RELACIONES PUBLICAS QUINN.EME MEDIA PR & TRADE.- EME MEDIA INFLUENCERS.- QUINN PR

TERCER PERIODO: SEPTIEMBRE IBTM, - PRESENTACION DE DESTINO EN IBTM, - DESAYUNO PRESENTACION DE DESTINO A AGENTE DE VIAJES, - COMIDA PRESENTACION DE DESTINO CON TRAVEL MANAGER, - AGENCIA TRADE - QUINNEME MEDIA PR & TRADE, - EME MEDIA INFLUENCERS, - QUINN PR, - NEXT TRAVEL, - PRESENTACIÓN DE DESTINO EN PHOENIX, - PRESENTACIÓN DE DESTINO EN LOS ÁNGELES, - CNIR, - AGENCIA TRADE - QUINN.EME MEDIA PR & TRADE, - EME MEDIA INFLUENCERS, - QUINN PR, - INFLUENCER MKT, - FAM MBTA, - INFLUENCER MARKETINGGUERRA DE LA FRONTERA 250

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
EVENTOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD CON PERSPECTIVA DE GÉNERO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DEL ESTADO, REALIZADOS. (TIJUANA)	EVENTO	101	72	10	8	33	33	31	31	27	0

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

PRIMER PERIODO: MARZO PARTICIPACIÓN EN TRAVEL SHOW DE LOS ÁNGELES Y EN SAN FRANCISCO, CALIF. Y APOYO A COMITÉ PROVINO

SEGUNDO PERIODO: JUNIO LANZAMIENTO CAMPAÑA BAJA CALIFORNIA,- ROADSHOW LAS VEGAS & PHOENIX,- ROAD SHOW CALIFORNIA,-INEEXTT CONNECT,- POSTULACION DE SEDE DEL CONGRESO INMTERNACIONAL DE UROLOGIA.- EVENTOS PR SAN DIEGO Y LOS ANGELES,- AGENCIA TRADE - QUINN, 48 HORAS EN BAJA,- EL ORIGEN DE NUESTRAS ESTRELLAS,- RESTAURANTES EN LA GUIA MICHELIN,- QUEER DESTINATION,- EME MEDIA PR & TRADE,- EME MEDIA INFLUENCERS,- QUINN PR.

TERCER PERIODO: SEPTIEMBRE IBTM, - PRESENTACIÓN DE DESTINOS EN IBTM, - POSTULACIÓN DE LA REUNIÓN NACIONAL DE FEMCIC, - DESAYUNO CON AGENCIA DE VIAJES, - COMIDA CON TRAVEL MANEGER, - AGENCIA TRADE – QUINNFAM IBTM, - EME MEDIA PR & TRAVEL, - EME MEDIA INFLUENCERS, - QUINN PR, - PRESENTACIÓN EN LOS ÁNGELES, - NEXT TRAVEL, - POSTULACIÓN DE ASAMBLEA NACIONAL DE TRABAJO PARA DELEGADOS ANEIC, - POSTULACION DEL CONGRESO NACIONAL DE LA SOCIEDAD MEXICANA DE TRANSPLANTES, - PRESENTACION EN PHOENIX. – CNIR, - AGENCIA TRADE - QUINNVISITA DE INSPECCION DEL CONGRESO INTERNACIONAL DE UROLOGIA, - FAM MBTA, - FAM INFLUENCER MKT, - TRANSMISION EN VIVO, - EME MEDIA PR & TRADE, - EME MEDIA INFLUENCERS, - QUINN PR.

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD CON PERSPECTIVA DE GÉNERO E INCLUSIÓN SOCIAL PARA EL POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DEL ESTADO, IMPLEMENTADAS. (TIJUANA)	CAMPAÑA	107	75	2	5	28	29	41	41	36	0

PEG 7.4.3 Impulso del desarrollo equilibrado de Baja California como destino turístico

PRIMER PERIODO: MARZO CAMPAÑA DIGITAL DEL DESTINO.. ASOMBRO Y ENTREGA DE PROMOCIONALES EN EL TRAVEL SHOW DE LOS ÁNGELES CALIF.

SEGUNDO PERIODO: 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,- POSTULACION DE SEDE DEL CONGRESO INMTERNACIONAL DE UROLOGIA,- CONGRESO DE VETERINARIOS EN PEQUENAS ESPECIES EN BAJA CALIFORNIA.

TERCER PERIODO: SEPTIEMBRE ASOMBRO, - EXPEDIA, - PRICE, - SAN DIEGO RED, - NORTH STAR, - TRAVEL LADERS, - WEB, - ESTUDIO CREATIVO, - AG CANADA, - CAMPAÑA "BAJA ES PARA TI"RANCHEROS, - IBTM, - PRESENTACION DE DESTINO EN IBTM, - PORTULACION DE LA REUNION NACIONAL DE FEMCIC, - PRESENTACION CON AGENCIA, - COMIDA CON TRAVEL MANAGER, - ASOMBRO, - EXPEDIA, - PRICE, - SAN DIEGO RED, - NORTH STAR, - WEB, - STUDIO CREATIVO, - AG CANADA, - CAMPAÑA "BAJA ES PARA TI".NEXT TRAVEL, - POSTULACION DE LA ASAMBLEA NACIONAL DE TRABAJO PARA DELEGADOS ANEIC, - POSTULACION DEL CONGRESO NACIONAL DE LA SOCIEDAD MEXICANA DE TRANSPLANTES, - PRESENTACION DE DESTINO EN PHOENIX, - PRESENTACIÓN DE DESTINO EN LOS ANGELES

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
EVENTOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD CON PERSPECTIVA DE GÉNERO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DEL ESTADO, REALIZADOS. (TECATE)	EVENTO	70	49	6	5	17	17	27	27	20	0

PEG 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 TERCER TRIMESTRE

RAMO: 70 FPPTBC

PROGRAMA: 183 IMPULSO Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

UNIDAD RESPONSABLE: 100 FPPTBC

PRIMER PERIODO	MARZO PARTICIPACIÓN TRAVEL SHOW EN LOS ÁNGELES CALIFORNIA Y EL NEEXTT TRAVEL EN CANCÚN MÉX.
SEGUNDO PERIODO	JUNIO LANZAMIENTO CAMPAÑA BAJA CALIFORNIA,- ROADSHOW LAS VEGAS & PHOENIX,- ROAD SHOW CALIFORNIA,-INEEXTT CONNECT,- AGENCIA TRADE - QUINN.EME MEDIA PR & TRADE,- EME MEDIA INFLUENCERS,- QUINN PR
TERCER PERIODO	SEPTIEMBRE IBTM, - PRESENTACIÓN DE DESTINOS EN IBTM, - PRESENTACION DE DESTINO EN LOS ANGELES, - PRESENTACION CON AGENTES DE VIAJES, - COMIDA CON TRAVEL MANAGER.EME MEDIA PR & TRADE, - EME MEDIA INFLUENCERS, - QUINN PR, - TECATE, EL RITMO DE LA SIERRA, - #1 FAM IBTM, - NEXT TRAVEL, - PRESENTACIÓN DE DESTINO EN PHOENIX. - PRESENTACIÓN DE DESTINO EN LOS ÁNGELES, - CNIR, - AGENCIA TRADE - QUINN EME MEDIA PR & TRADE, - EME MEDIA INFLUENCERS, - QUINN PR, - TRASMISION ESPECIAL, - TERRUÑO DE MONTAÑA, - FAM MBTA.

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN PROG.	CALENDARIZACIÓN REAL
CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD CON PERSPECTIVA DE GÉNERO E INCLUSIÓN SOCIAL PARA EL POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DEL ESTADO, IMPLEMENTADAS. (ENSENADA)	CAMPAÑA	101	66

METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE								
1		2		3		4		
Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
2	3	21	21	42	42	36	0

PEG 7.4.3 Impulso del desarrollo equilibrado de Baja California como destino turístico

PRIMER PERIODO	MARZO CAMPAÑA DIGITAL ESTATAL CON PRICE SAPI Y ENTREGA DE PROMOCIONALES EN TRAVEL SHOW DE SAN FRANCISCO CALIF.
SEGUNDO PERIODO	JUNIO EXPEDIA,- PRICE,- YA VAS,- 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 CONNECT.
TERCER PERIODO	SEPTIEMBRE EXPEDIA, - PRICE, - SAN DIEGO RED, - NORTH STAR, - TRAVEL LEADERS, - WEB, - STUDIO CREATIVO, - AG, - REPORTE DE REDES, - CAMPAÑA "BAJA ES PARA TI".IBTM, - PRESENTACIÓN DE DESTINO EN IBTM, - ROADSHOW CANADA, - ROADSHOW CDMX, - EXPEDIA, - PRICE, - SAN DIEGO RC, - NORTH STAR, - TRAVEL LEADERS, - WEB, - STUDIO CREATIVO, - AG, - REPORTE DE REDES, - CAMPAÑA "BAJA ES PARA TI".NEXT TRAVEL, - PRESENTACIÓN DE DESTINO EN PHOENIX, - PRESENTACIÓN DE DESTINO EN LOS ANGELES.

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN PROG.	CALENDARIZACIÓN REAL
EVENTOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD CON PERSPECTIVA DE GÉNERO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DEL ESTADO, REALIZADOS. (PLAYAS DE ROSARITO)	EVENTO	76	50

METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE								
1		2		3		4		
Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
8	4	23	23	23	23	22	0

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

PRIMER PERIODO	MARZO PARTICIPACIÓN ESTATAL EN TRAVEL & ADVENTURE SHOW DE SAN FRANCISOO Y REPRESENTACIÓN EN LOS ÁNGELES CALIFORNIA.
SEGUNDO PERIODO	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 ,- PACÍFICO EN MOVIMIENTOEVENTO PAELLA FEST 2026,- EVENTO ROSARITO RESTAURANT WEEK 2026
TERCER PERIODO	SEPTIEMBRE IBTM, - PRESENTACION DE DESTINO EN IBTM, - DESAYUNO CON AGENTES DE VIAJES, - COMIDA CON TRAVEL MANEGER, -AGENCIA TRADE/QUINN.EME MEDIA, -ROSARITO CREATIVO SIN PRISA, - IBTM VIAJE DE FAMILIARIZACION,- NEXT TRAVEL, - PRESENTACIÓN DE DESTINO EN PHOENIX, - PRESENTACIÓN DE DESTINO EN LA, - CNIR, - AGENCIA TRADE – QUINNEME MEDIA INFLUENCERS, - QUINN PR, - TRASMISION ESPECIAL, - ROSARITO SIN PRISA, - PESCADO Y EL MARISCO.

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN PROG.	CALENDARIZACIÓN REAL
EVENTOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD CON PERSPECTIVA DE GÉNERO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DEL ESTADO, REALIZADOS. (ENSENADA)	EVENTO	87	60

METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE								
1		2		3		4		
Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
8	4	25	25	31	31	23	0

PEG 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 Y DE SAN FRANCISCO, CALIFORNIA.
SEGUNDO PERIODO	JUNIO LANZAMIENTO CAMPAÑA,- ROAD SHOW LV Y PHO,- ROAD SHOW CALIFORNIA,- NEXT CONNECT,- EVENTOS PR SAN DIEGO Y LOS ANGELES,- AGENCIA TRADE - QUINN.EME MEDIA PR & TRADE,- EME MEDIA INFLUENCERS,- QUINN PR ,- PACÍFICO EN MOVIMIENTO,- EL ORIGEN DE NUESTRAS ESTRELLAS + FAM MIRA ,- ROAD TO WINE COUNTRY .SCORE BAJA 500 2026,- EVENTO XX FIESTA DE LOS VIÑEDOS 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
TERCER PERIODO	SEPTIEMBRE ENTREGA DE PLACAS MICHELIN,- AGENCIA TRADE – QUINN,- COLEGIO DE ABOGADOS, - IBTM, - PRESENTACION DE DESTINO EN IBTM, - DESAYUNO CON AGENTES DE VIAJES, - COMIDA CON TRAVEL MANAGER, -AGENCIA TRADE/QUINN, - NEXT TRAVEL, - PRESENTACIÓN DE DESTINO EN PHOENIX, - PRESENTACIÓN DE DESTINO EN LA, - CNIR, AGENCIA TRADE, - QUINNEME MEDIA PR & TRADE,- EME MEDIA INFLUENCERS,- QUINN PR,- FAM - EVENTO PLACAS MICHELIN,- QUEER DESTINATION, - EME MEDIA PR & TRADE, - HARVEST IN VALLE. – FAM IBTM, - OSTIONES Y ESPUMOSOS, - EME MEDIA INFLUENCERS, - QUINN PR, - EME MEDIA PR & TRADE, - EME MEDIA INFLUENCERS, - QUINN PR, - CULINARIA MEXICANA, - TRASMISION ESPECIAL, - EL VALLE DE TODOSEVENTO XXXVI DE FIESTA DE LA VENDIMIA, - SCORE BAJA 400 2026

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN PROG.	CALENDARIZACIÓN REAL
CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD CON PERSPECTIVA DE GÉNERO E INCLUSIÓN SOCIAL PARA EL POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DEL ESTADO, IMPLEMENTADAS. (SAN QUINTIN)	CAMPAÑA	16	14

METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE								
1		2		3		4		
Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
2	2	9	9	3	3	2	0

PEG 7.4.3 Impulso del desarrollo equilibrado de Baja California como destino turístico

GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA

SECRETARÍA DE HACIENDA

AVANCE DEL TERCER TRIMESTRE

RAMO: 70 FPPTBC

PROGRAMA: 183 IMPULSO Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

UNIDAD RESPONSABLE: 100 FPPTBC

PRIMER PERIODO	MARZO CAMPAÑA DIGITAL ESTATAL CON PRICE SAPI Y ENTREGA DE PROMOCIONALES EN TRAVEL SHOW DE LOS ÁNGELES, CALIFORNIA.
TERCER PERIODO	SEPTIEMBRE DESARROLLO DE MAPA, -IMPRESIÓN DE BACKS

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN PROG.	CALENDARIZACIÓN REAL
EVENTOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD CON PERSPECTIVA DE GÉNERO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DEL ESTADO, REALIZADOS. (PLATAFORMAS DIGITALES)	EVENTO	24	17

METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
1		2		3		4	
Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
1	0	10	10	9	7	4	0

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

PRIMER PERIODO	MARZO LA CAMPAÑA CON PADRES DE SAN DIEGO, SE ENCUENTRA EN PROCESO DE PLANEACIÓN Y PROCESO CREATIVO.
SEGUNDO PERIODO	JUNIO ACTIVIDAD EN ESTADIO DE SD CALIFORNIA,-PROMOCION DE TROLLEY SD,- EVENTO ZONA COSTA,- EVENTO EN MEXICALI, FAM FEST HOSPITALITY.
TERCER PERIODO	SEPTIEMBRE JULIO: PROMOSION EN TROLLEY SD,- EVENTO ZONA COSTA,- EVENTO EN MEXICALI, - PADRES DE SAN DIEGO, ENTREGA DE PLACAS MICHELIN AGOSTO: PROMOSION EN TROLLEY SEPTIEMBRE: EVENTO HOSPITALITY 2026, DE CAMBIA DE FECHA EVENTO DE VUELO A CANADA

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN PROG.	CALENDARIZACIÓN REAL
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)	EVENTO	20	18

METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
1		2		3		4	
Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
4	2	13	13	2	3	1	0

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

PRIMER PERIODO	MARZO VIAJE DE FAM, CON MEDIOS NACIONALES Y APOYO A EVENTO SCORE SAN FELIPE 2026
SEGUNDO PERIODO	JUNIO ROAD SHOW CA,-AGENCIA TRADE - QUINN,- LANZAMIENTO CAMPAÑA BC.
TERCER PERIODO	SEPTIEMBRE PRESENTACION DE DESTINOS EN CIUDAD DE MEXICO, - PRESENTACION DESTINO EN IBTM

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN PROG.	CALENDARIZACIÓN REAL
CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD CON PERSPECTIVA DE GÉNERO E INCLUSIÓN SOCIAL PARA EL POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DEL ESTADO, IMPLEMENTADAS. (SAN FELIPE)	CAMPAÑA	12	11

METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
1		2		3		4	
Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
2	2	9	9	0	0	1	0

PEG 7.4.3 Impulso del desarrollo equilibrado de Baja California como destino turístico

PRIMER PERIODO	MARZO CAMPAÑA DIGITAL ESTATAL CON PRICE SAPI Y ENTREGA DE ARTICULOS PROMOCIONALES EN EL TRAVEL SHOW DE SAN FRANCISCO CALIF.

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN PROG.	CALENDARIZACIÓN REAL
CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD CON PERSPECTIVA DE GÉNERO E INCLUSIÓN SOCIAL PARA EL POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DEL ESTADO, IMPLEMENTADAS. (TECATE)	CAMPAÑA	98	70

METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
1		2		3		4	
Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
2	5	21	21	44	44	31	0

PEG 7.4.3 Impulso del desarrollo equilibrado de Baja California como destino turístico

PRIMER PERIODO	MARZO CAMPAÑA DIGITAL ESTATAL CON PRICE SAPI Y ENTREGA DE ARTICULOS PROMOCIONALES EN EL TRAVEL SHOW DE LOS ÁNGELES CALIFORNIA.
SEGUNDO PERIODO	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.
TERCER PERIODO	SEPTIEMBRE EXPEDIA, - PRICE, - SAN DIAEGO RED, - NORTH STAR, - TRAVEL LADERS, - WEB, - ESTUDIO CREATIVO, - AG CANADA, - CAMPAÑA "BAJA ES PARA TI", - COCINARTEIBTM, - PRESENTACION DE DESTINO EN IBTM, - DESAYUNO CON AGENTES EN LOS ANGELES, - ROADSHO CDMX, - COCINARTE, - EXPEDIA, - PRICE, - SAN DIAEGO RED, - NORTH STAR, - TRAVEL LADERS, - WEB, - ESTUDIO CREATIVO, - AG CANADA, - CAMPAÑA "BAJA ES PARA TI", - EL PAN DE LA CATRINANEXT TRAVEL, - PRESENTACIÓN DE DESTINO EN PHOENIX, - PRESENTACIÓN DE DESTINO EN LOS ANGELES, - MEDIO MARATON.

GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA

SECRETARÍA DE HACIENDA

AVANCE DEL TERCER 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
AVANCES DE GESTIÓN DE LA ENTIDAD, CORRESPONDIENTES AL EJERCICIO FISCAL, ELABORADOS. (ESTATAL)	INFORME DE GESTIÓN FINANCIERA, PROGRAMATICO Y PRESUPUESTAL	34	25	0	0	17	17	8	8	9	0

7.4.3 Impulso del desarrollo equilibrado de Baja California como destino turístico

SEGUNDO PERIODO JUNIO AVANCE DE GESTION FINACIERA SEMENTRAL DE LOS 7 DESTINOS , GASTO ADMINISTRATIVO Y PAGO DE HONORARIOS

TERCER PERIODO SEPTIEMBRE AVANCE DE GESTION FINACIERA SEMENTRAL DE LOS 7 DESTINOS , GASTO ADMINISTRATIVO Y PAGO DE HONORARIOS

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD CON PERSPECTIVA DE GÉNERO E INCLUSIÓN SOCIAL PARA EL POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DEL ESTADO, IMPLEMENTADAS (MEXICALI)	CAMPAÑA	92	61	2	4	22	22	39	35	29	0

PEG 7.4.3 Impulso del desarrollo equilibrado de Baja California como destino turístico

PRIMER PERIODO MARZO CAMPAÑA DIGITAL DEL DESTINO Y ENTREGA DE ARTICULOS PROMOCIONALES EN TRAVEL SHOW DE SAN FRANCISCO

SEGUNDO PERIODO JUNIO ASOMBRO CAMPAÑA DIGITAL. - CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN ESTATAL CON: EXPEDIA, PRICE, YA VAS, PAG WEB, BAJA ES PARA TI, PROMOCIÓN DE DESTINOS, AG CANADÁ ENTREGA DE PRODUCTOS PROMOCIONALES EN; LANZAMIENTO CAMPAÑA BC, ROAD SHOW LAS VEGAS, ROAD SHOW CALIFORNIA Y EVENTO NEEXTT CONNECT

TERCER PERIODO SEPTIEMBRE ASOMBRO, - EXPEDIA, - PRICE, - REPORTE DE CM RRSS, - NORTH STAR, - WEB, - STUDIO CREATIVO, - AG CANADA, - CAMPAÑA "BAJA ES PARA TI"IBTM, - PRESENTACION DE DESTINO EN IBTM, - DESAYUNO CON AGENTES DE VIAJES, - COMIDA CON TRAVEL MANAGER, - ENTREGA DE REGALOS A CULINARIA MEXICANA, - PRESENTACION CON TRAVEL MANEGER, - ASOMBRO, - EXPEDIA, - PRICE, - REPORTE RSS, - NORTH STAR, - WEB, - ESTUDIO CREATIVO, - AG CANADA, - CAMPAÑA "BAJA ES PARA TI"PRESENTACIÓN DE DESTINO EN PHOENIX, -NEXT TRAVEL, - PRESENTACION EN LOS ANGELES.

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD CON PERSPECTIVA DE GÉNERO E INCLUSIÓN SOCIAL PARA EL POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DEL ESTADO, IMPLEMENTADAS. (PLAYAS DE ROSARITO)	CAMPAÑA	99	68	2	3	23	23	42	42	32	0

PEG 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,- NEEXTT CONNECT.

TERCER PERIODO SEPTIEMBRE ASOMBRO, - EXPEDIA, - PRICES, - SAN DIEGO RED, - YA VAS, - NORTH STAR, - TRAVE, WEB, ESTUDIO CREATIVO, -AG CANADA, - CAMPAÑA "BAJA ES PARA TI"IBTM, - PRESENTACION DE DESTINO EN IBTM, - PRESENTACION CON AGENTES DE VIAJES, - COMIDA CON TRAVEL MANAGER, - ASOMBRO, - EXPEDIA, - PRICES, - SAN DIEGO RED, - YA VAS, - NORTH STAR, - TRAVE, - WEB, - ESTUDIO CREATIVO, -AG CANADA, - CAMPAÑA "BAJA ES PARA TI"NEXT TRAVEL, - PRESENTACIÓN DE DESTINO EN PHOENIX, - PRESENTACIÓN DE DESTINO EN LOS ÁNGELES.

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
EVENTOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD CON PERSPECTIVA DE GÉNERO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DEL ESTADO, REALIZADOS. (SAN QUINTIN)	EVENTO	30	27	1	1	17	17	9	9	3	0

PEG 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. EXPO AGRO SAN QUINTIN,- BEER FEST.

TERCER PERIODO SEPTIEMBRE BTM, DESAYUNO CON AGENCIAS, - COMIDA CON TRAVELSABOR A SAN QUINTIN, - VENDIMIAS, - NOMADAS, - CONTRAMAR, - ALMEJOR.