



GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA

SECRETARÍA DE HACIENDA

IDENTIFICACIÓN DE PROGRAMAS PARA EL EJERCICIO FISCAL 2024

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

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

PRESUPUESTO POR CATEGORÍA PROGRAMÁTICA		PRESUPUESTO DE EGRESOS		
CAPÍTULO	DESCRIPCIÓN CAPÍTULO	ANUAL		DEVENGADO AL TRIMESTRE
		AUTORIZADO INICIAL	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 AGUIÑIGA RODRÍGUEZ

RESPONSABLE DEL RAMO

MIGUEL AGUIÑIGA 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	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		Inicio	Fin	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
PROYECTO EJECUTIVO PARA EL DESARROLLO DEL EVENTO NACIONAL TIANGUIS TURISTICO MEXICO 2025. EJECUTADO	PROYECTO	6	2	0	0	2	2	3	0	1	0

744

*Handwritten signature and mark*



# 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

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				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.	ACCIÓN	4	2	1	1	1	1	1	0	1	0

7 4 4

PRIMER PERIODO MARZO REPORTE DE AVANCE PRESUPUESTAL  
SEGUNDO PERIODO JUNIO REPORTE DE AVANCES

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				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	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	34	22	10	11	9	11	6	0	7	0

7 4 4

PRIMER PERIODO MARZO PARTICIPACIÓN EN EVENTOS, TRAVEL ADVENTURE, SABOR ES POLANCO, VIAJE DE FAMS EN CONJUNTO CON HOTEL MARRIOT Y PROMOCIÓN EN REUNION DE LA ASOCIACIÓN MEXICANA DE HOTELES Y MOTELES EN MICHOACÁN  
SEGUNDO PERIODO JUNIO EVENTO INTERNACIONAL PUEBLOS MÁGICOS, FAM GUÍA MICHELIN, VISITAS DE WORLD MEETINGS FORUM, LATINAMERICA MEETING Y CONGRESO NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE REUNIONES 2024

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO MASIVO CON IMPACTO TURÍSTICO A TIJUANA Y AL ESTADO, EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES Y DIGITALES, REALIZADAS	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	8	6	2	2	2	4	2	0	2	0

7 4 4

PRIMER PERIODO 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.

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				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.	ACCIÓN	4	2	1	1	1	1	1	0	1	0

7 4 4

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

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO MASIVO CON IMPACTO TURÍSTICO A ROSARITO Y AL ESTADO, EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES Y DIGITALES, REALIZADAS	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	7	5	2	2	2	3	2	0	1	0

7 4 4

PRIMER PERIODO MARZO ENTREGA DE ARTICULOS PROMOCIONALES EN LOS EVENTO REALIZADOS  
SEGUNDO PERIODO JUNIO CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN Y RELACIONES PUBLICAS, ASI COMO ENTREGA DE PRODUCTOR PROMOCIONALES EN EVENTO DE TEXAS: PUEBLOS MÁGICOS INTERNACIONAL

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				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.	ACCIÓN	4	2	1	1	1	1	1	0	1	0

7 4 4

PRIMER PERIODO 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

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO MASIVO CON IMPACTO TURISTICO A ENSENADA Y AL ESTADO. EN MEDIOS DE COMUNICACION TRADICIONALES Y DIGITALES. REALIZADAS	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	8	5	2	2	2	3	2	0	2	0

7 4 4

PRIMER PERIODO MARZO ENTREGA DE ARTICULOS PROMOCIONALES EN LOS EVENTO REALIZADOS  
 SEGUNDO PERIODO JUNIO CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS ENTREGA DE ARTICULOS PROMOCIONALES EN EVENTO INTERNACIONAL

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
ACCIONES DE OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS QUE PROVEEN Y FORTALECEN LA INVERSIÓN EN ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURISTICA. IMPLEMENTADAS.	ACCIÓN	6	3	1	1	2	2	1	0	2	0

7 4 4

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

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD A NIVEL REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURISTICOS DEL ESTADO EN PLATAFORMAS DE AIRBNB. REALIZADAS	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	12	5	3	0	3	5	3	0	3	0

7 4 4

PRIMER PERIODO MARZO POR APROBACIÓN DEL PRESUPUESTO EN MARZO. SE RECORRE LA FECHA DE INICIO  
 SEGUNDO PERIODO JUNIO ACTIVACIÓN DE CAMPAÑA CON PADRES DE SAN DIEGO Y XOLOS DE TIJUANA

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO MASIVO CON IMPACTO TURISTICO A SAN FELIPE Y AL ESTADO. EN MEDIOS DE COMUNICACION TRADICIONALES Y DIGITALES. REALIZADAS.	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	6	5	2	2	1	3	2	0	1	0

7 4 4

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

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
ACCIONES DE OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS PARA TIJUANA. QUE PROVEEN Y FORTALECEN LA INVERSIÓN EN ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURISTICA. IMPLEMENTADAS	ACCIÓN	4	2	1	1	1	1	1	0	1	0

7 4 4

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

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO MASIVO CON IMPACTO TURISTICO A TECATE Y AL ESTADO. EN MEDIOS DE COMUNICACION TRADICIONALES Y DIGITALES. REALIZADAS	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	7	5	2	2	2	3	2	0	1	0

7 4 4

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

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
				Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD A NIVEL REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURISTICOS DE ROSARITO Y DEL ESTADO. REALIZADAS.	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	35	17	11	6	11	11	7	0	6	0

7 4 4



# 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 SABOR ES POLANCO. CD. MÉXICO					
SEGUNDO PERIODO	JUNIO	EVENTOS DE PARTICIPACIÓN ESTATAL EN TEXAS, PUEBLOS MÁGICOS INTERNACIONAL Y CONFERENCIA EDGE EN WASHINGTON DC. FAM DE GUÍA MICHELIN					
META		UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN				
ESTRATEGÍAS DE POSICIONAMIENTO MASIVO CON IMPACTO TURÍSTICO A SAN QUINTÍN Y AL ESTADO, EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES Y DIGITALES, REALIZADAS.		ACCIÓN DE DIFUSIÓN	8 5				
7 4 4							
METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
1		2		3		4	
Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
2	2	2	3	2	0	2	0

PRIMER PERIODO	MARZO	PRODUCTOS ENTREGADOS EN EVENTOS REALIZADOS					
SEGUNDO PERIODO	JUNIO	CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS, ASÍ COMO ENTREGA DE PRODUCTOR PROMOCIONALES EN EVENTO DE TEXAS: PUEBLOS MÁGICOS INTERNACIONAL					
META		UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN				
ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD A NIVEL REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DE MEXICALI REALIZADAS.		ACCIÓN DE DIFUSIÓN	18 10				
7 4 4							
METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
1		2		3		4	
Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
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					
SEGUNDO PERIODO	JUNIO	ASISTENCIA A EVENTO PUEBLOS MÁGICOS INTERNACIONAL					
META		UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN				
ESTRATEGÍAS DE POSICIONAMIENTO MASIVO CON IMPACTO TURÍSTICO A MEXICALI Y AL ESTADO, EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES Y DIGITALES, REALIZADAS.		ACCIÓN DE DIFUSIÓN	7 5				
7 4 4							
METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
1		2		3		4	
Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
2	2	1	3	2	0	2	0

PRIMER PERIODO	MARZO	ENTREGA DE ARTICULOS PROMOCIONALES EN LOS EVENTOS REALIZADOS					
SEGUNDO PERIODO	JUNIO	CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS, ASÍ COMO ENTREGA DE PRODUCTOR PROMOCIONALES EN EVENTO DE TEXAS, PUEBLOS MÁGICOS INTERNACIONAL					
META		UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN				
ACCIONES DE OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS PARA MEXICALI QUE PROVEEN Y FORTALECEN LA INVERSIÓN EN ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA, IMPLEMENTADAS		ACCIÓN	4 2				
7 4 4							
METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
1		2		3		4	
Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
1	1	1	1	1	0	1	0

PRIMER PERIODO	MARZO	REPORTE DE AVANCE PRESUPUESTAL					
SEGUNDO PERIODO	JUNIO	REPORTE DE AVANCE					
META		UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN				
ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD A NIVEL REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DE SAN FELIPE, REALIZADAS.		ACCIÓN DE DIFUSIÓN	13 7				
7 4 4							
METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
1		2		3		4	
Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
5	4	3	3	3	0	2	0

PRIMER PERIODO	MARZO	APOYO AL EVENTO EN SAN FELIPE SCORE250					
SEGUNDO PERIODO	JUNIO	PUEBLOS MÁGICOS INTERNACIONAL TEXAS					
META		UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN				
ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD A NIVEL REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DE TECATE Y EL ESTADO, REALIZADAS.		ACCIÓN DE DIFUSIÓN	41 16				
7 4 4							
METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
1		2		3		4	
Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
9	7	18	9	6	0	6	0

PRIMER PERIODO	MARZO	PARTICIPACIÓN EN SAN FRANCISCO TRAVEL. PRESENTACIÓN ESTATAL EN SABOR ES POLANCO. CD. MÉXICO	
SEGUNDO PERIODO	JUNIO	EVENTO INTERNACIONAL PUEBLOS MÁGICOS EDGE INTERNACIONAL 2024 Y FAM GUÍA MICHELIN	



# 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							
		Marzo	Junio	1		2		3		4	
		17	8	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 SAN QUINTÍN Y DEL ESTADO, REALIZADAS	ACCIÓN DE DIFUSIÓN			1	2	6	6	4	0	6	0

7 4 4

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

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		Marzo	Junio	1		2		3		4	
		31	20	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 ENSENADA Y DEL ESTADO, REALIZADAS	ACCIÓN DE DIFUSIÓN			6	7	10	13	8	0	5	0

7 4 4

PRIMER PERIODO MARZO PARTICIPACIONES EN EVENTOS DE SAN FRANCISCO Y CD. DE MÉXICO VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN  
 SEGUNDO PERIODO 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

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		Marzo	Junio	1		2		3		4	
		4	2	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
ACCIONES DE OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS PARA ENSENADA, QUE PROVEEN Y FORTALECEN LA INVERSIÓN EN ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA, IMPLEMENTADAS.	ACCIÓN			1	1	1	1	1	0	1	0

7 4 4

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

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		Marzo	Junio	1		2		3		4	
		4	2	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
ACCIONES DE OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS PARA SAN QUINTIN QUE PROVEEN Y FORTALECEN LA INVERSIÓN EN ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA, IMPLEMENTADAS	ACCIÓN			1	1	1	1	1	0	1	0

7 4 4

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