



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.

CAPÍTULO	PRESUPUESTO POR CATEGORÍA PROGRAMÁTICA DESCRIPCIÓN CAPÍTULO	PRESUPUESTO DE EGRESOS		
		AUTORIZADO INICIAL	ANUAL MODIFICADO	DEVENGADO AL TRIMESTRE
20000	MATERIALES Y SUMINISTROS	\$ 2,095,033.00	\$ 334,286.14	\$ 229,285.55
30000	SERVICIOS GENERALES	\$ 210,612,382.51	\$ 303,822,278.86	\$ 288,275,823.14
40000	TRANSFERENCIAS, ASIGNACIONES, SUBSIDIOS Y OTRAS AYUDAS	\$ 23,742,584.49	\$ 11,742,867.70	\$ 11,091,680.00
50000	BIENES MUEBLES, INMUEBLES E INTANGIBLES	\$ 300,000.00	\$ 35,996.00	\$ 7,172.00
60000	INVERSIÓN PÚBLICA	\$ 26,250,000.00	\$ 0.00	\$ 0.00

MIGUEL AGUÍNIGA RODRÍGUEZ

RESPONSABLE DEL RAMO

MIGUEL AGUÍNIGA RODRÍGUEZ

RESPONSABLE DEL PROGRAMA



GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA
SECRETARÍA DE HACIENDA
AVANCE DEL CUARTO TRIMESTRE

RAMO: 70 FPPTBC

PROGRAMA: 183 IMPULSO Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

UNIDAD RESPONSABLE: 100 FPPTBC

PROYECTO:

37 TIANGUIS TURISTICO MEXICO 2025

UNIDAD DE MEDIDA PROYECTO	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE											
	AGO	SEPT	1			2			3			4		
			Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
37 TIANGUIS TURISTICO MEXICO 2025, EJECUTADO	0	7	0	0	2	2	3	3	4	4	3	3	4	1

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 CUARTO TRIMESTRE

RAMO: 70 FPPBTC

PROGRAMA: 183 IMPULSO Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

UNIDAD RESPONSABLE: 100 FPPBTC

ACTIVIDAD

231 IMPLEMENTAR CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD, PROMOCIÓN, RELACIONES PÚBLICAS, ORGANIZAR Y PARTICIPAR EN EVENTOS QUE FORTALEZCAN LA IMAGEN

UNIDAD DE MEDIDA	CALCULADORA		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE			
	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.
ACCIONES DE OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS PARA SAN FELIPE, QUE PROVEEN Y FORTALEZCAN LA INVERSIÓN EN ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA, IMPLEMENTADAS	1	1	1	1	1	1
META	4	4	2	3	3	4

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

UNIDAD DE MEDIDA	CALCULADORA		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE			
	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.
ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD A NIVEL REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DE Tijuana, REALIZADAS.	10	11	8	8	10	12
META	34	32	2	3	4	4

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

UNIDAD DE MEDIDA	CALCULADORA		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE			
	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.
ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO MASIVO CON IMPACTO TURISTICO A TIJUANA Y AL ESTADO, EN MEDIOS DE COMUNICACION TRADICIONALES Y DIGITALES, REALIZADAS.	2	2	2	2	2	2
META	6	10	2	3	4	4

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

UNIDAD DE MEDIDA	CALCULADORA		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE			
	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.
ACCIONES DE OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS PARA TECATE, QUE PROVEEN Y FORTALEZCAN LA INVERSIÓN EN ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA, IMPLEMENTADAS.	1	1	1	1	1	1
META	4	4	2	3	4	4

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

UNIDAD DE MEDIDA	CALCULADORA		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE			
	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.
ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO MASIVO CON IMPACTO TURISTICO A ROSARITO Y AL ESTADO, EN MEDIOS DE COMUNICACION TRADICIONALES Y DIGITALES, REALIZADAS.	2	2	2	2	2	2
META	7	11	2	3	5	1

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

UNIDAD DE MEDIDA	CALCULADORA		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE			
	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.
ACCIONES DE OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS PARA ROSARITO, QUE PROVEEN Y FORTALEZCAN LA INVERSIÓN EN ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA, IMPLEMENTADAS.	1	1	1	1	1	1
META	4	4	2	3	4	4

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

UNIDAD DE MEDIDA	CALCULADORA		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE			
	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.
ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO MASIVO CON IMPACTO TURISTICO A EMBAJADA Y AL ESTADO, EN MEDIOS DE COMUNICACION TRADICIONALES Y DIGITALES, REALIZADAS.	2	2	2	2	2	2
META	6	10	2	3	4	0

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

UNIDAD DE MEDIDA	CALCULADORA		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE			
	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.
ACCIONES DE OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS QUE PROVEEN Y FORTALEZCAN LA INVERSIÓN EN ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA, IMPLEMENTADAS.	1	1	2	2	1	2
META	6	5	2	1	1	2

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 CUARTO TRIMESTRE

RAMO: 70 FPPTBC

PROGRAMA: 183 IMPULSO Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

UNIDAD RESPONSABLE: 100 FPPTBC

ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD A NIVEL REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DEL ESTADO EN PLATAFORMAS DE AIRBNB, REALIZADAS.	UNIDAD DE MEDIDA	10	METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE			
	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	12	Prog.	Real	Real	Real
			3	0	2	3
					5	3
					3	4

7.4.4 Estrategias de posicionamiento masivo con impacto turístico a San Felipe y al Estado en medios de comunicación tradicionales y digitales, realizadas.	UNIDAD DE MEDIDA	8	METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE			
	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	9	Prog.	Real	Real	Real
			2	2	2	4
					3	4
					2	1

7.4.4 Acciones de optimización de recursos para Tijuana, que proveen y fortalecen la inversión en acciones de promoción y publicidad turística, implementadas.	UNIDAD DE MEDIDA	4	METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE			
	ACCIÓN	4	Prog.	Real	Real	Real
			1	1	1	1
					1	1
					1	1

7.4.4 Estrategias de posicionamiento masivo con impacto turístico a Tecate y al Estado, en medios de comunicación tradicionales y digitales, realizadas.	UNIDAD DE MEDIDA	7	METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE			
	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	10	Prog.	Real	Real	Real
			2	2	2	4
					3	4
					2	1

7.4.4 Acciones de promoción y publicidad a nivel regional, nacional e internacional de los servicios y destinos turísticos de Rosarito y del Estado, realizadas.	UNIDAD DE MEDIDA	35	METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE			
	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	27	Prog.	Real	Real	Real
			11	6	11	7
					11	6
					7	3

7.4.4 Estrategias de posicionamiento masivo con impacto turístico a San Quintín y al Estado, en medios de comunicación tradicionales y digitales, realizadas.	UNIDAD DE MEDIDA	8	METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE			
	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	9	Prog.	Real	Real	Real
			2	2	2	4
					3	4
					2	0

7.4.4 Acciones de promoción y publicidad a nivel regional, nacional e internacional de los servicios y destinos turísticos de Mexicali, realizadas.	UNIDAD DE MEDIDA	16	METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE			
	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	17	Prog.	Real	Real	Real
			6	4	6	5
					6	4
					5	2

7.4.4 Estrategias de posicionamiento masivo con impacto turístico a Mexicali y al Estado, en medios de comunicación tradicionales y digitales, realizadas.	UNIDAD DE MEDIDA	7	METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE			
	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	10	Prog.	Real	Real	Real
			2	2	2	4
					3	2
					4	1

7.4.4	UNIDAD DE MEDIDA	1	METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE			
	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	1	Prog.	Real	Real	Real
			1	2	2	4
					3	2
					4	1



GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA
SECRETARÍA DE HACIENDA
AVANCE DEL CUARTO TRIMESTRE

RAMO: 70 FPPTBC
 PROGRAMA: 183 IMPULSO Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA
 UNIDAD RESPONSABLE: 100 FPPTBC

METAS ACCIONES DE OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS PARA MEXICALI QUE PROVEEN Y FORTALECEN LA INVERSIÓN EN ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA. IMPLEMENTADAS	UNIDAD DE MEDIDA	4	4	METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE						
	ACCIÓN	1	1	1	1	1	1	1	1	1
		Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.
		1	1	1	1	1	1	1	1	1

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

METAS ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD A NIVEL REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DE SAN FELIPE. REALIZADAS	UNIDAD DE MEDIDA	13	9	METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE						
	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	1	1	1	1	1	1	1	1	1
		Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.
		5	4	3	3	3	3	2	2	1

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

METAS ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD A NIVEL REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DE TECATE Y EL ESTADO. REALIZADAS	UNIDAD DE MEDIDA	41	28	METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE						
	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	1	1	1	1	1	1	1	1	1
		Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.
		6	7	18	9	6	6	6	6	5

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

METAS ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD A NIVEL REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DE SAN QUINTÍN Y DEL ESTADO. REALIZADAS	UNIDAD DE MEDIDA	17	12	METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE						
	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	1	1	1	1	1	1	1	1	1
		Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.
		1	2	6	6	4	3	6	6	1

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

METAS ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD A NIVEL REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DE ENSENADA Y DEL ESTADO. REALIZADAS	UNIDAD DE MEDIDA	31	34	METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE						
	ACCIÓN DE DIFUSIÓN	1	1	1	1	1	1	1	1	1
		Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.
		6	7	10	13	8	9	5	5	5

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

METAS ACCIONES DE OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS PARA ENSENADA QUE PROVEEN Y FORTALECEN LA INVERSIÓN EN ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA. IMPLEMENTADAS	UNIDAD DE MEDIDA	4	4	METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE						
	ACCIÓN	1	1	1	1	1	1	1	1	1
		Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.
		1	1	1	1	1	1	1	1	1

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

METAS ACCIONES DE OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS PARA SAN QUINTÍN QUE PROVEEN Y FORTALECEN LA INVERSIÓN EN ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA. IMPLEMENTADAS	UNIDAD DE MEDIDA	4	4	METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE						
	ACCIÓN	1	1	1	1	1	1	1	1	1
		Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.
		1	1	1	1	1	1	1	1	1

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

METAS ACCIONES DE OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS PARA SAN QUINTÍN QUE PROVEEN Y FORTALECEN LA INVERSIÓN EN ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA. IMPLEMENTADAS	UNIDAD DE MEDIDA	4	4	METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE						
	ACCIÓN	1	1	1	1	1	1	1	1	1
		Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.
		1	1	1	1	1	1	1	1	1

[Handwritten signature]

[Handwritten mark]