



GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA
SECRETARÍA DE HACIENDA
IDENTIFICACIÓN DE PROGRAMAS PARA EL EJERCICIO FISCAL 2025

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

PROPOSITO

LAS ESTRATEGIAS NACIONALES E INTERNACIONALES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE BAJA CALIFORNIA SE REFLEJA EN UNA MAYOR OCUPACIÓN HOTELERA EN EL ESTADO.

PRESUPUESTO POR CATEGORÍA PROGRAMÁTICA		PRESUPUESTO DE EGRESOS		
CAPÍTULO	DESCRIPCIÓN CAPÍTULO	ANUAL		DEVENGADO AL TRIMESTRE
		AUTORIZADO INICIAL	MODIFICADO	
20000	MATERIALES Y SUMINISTROS	\$ 572,693.00	\$ 1,508,816.93	\$ 1,282,290.89
30000	SERVICIOS GENERALES	\$ 165,776,944.00	\$ 394,944,829.95	\$ 205,991,470.72
40000	TRANSFERENCIAS, ASIGNACIONES, SUBSIDIOS Y OTRAS AYUDAS	\$ 3,625,002.00	\$ 12,415,000.00	\$ 8,156,765.00
50000	BIENES MUEBLES, INMUEBLES E INTANGIBLES	\$ 45,719.00	\$ 359,950.12	\$ 312,575.07


ZAIDA LUZ LÓPEZ SÁNCHEZ
RESPONSABLE DEL RAMO

ZAIDA LUZ LÓPEZ SÁNCHEZ
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

PROYECTO:

37 TIANGUIS TURISTICO

PROYECTO TIANGUIS TURISTICO 2025, REALIZADO.	META	UNIDAD DE MEDIDA PROYECTO	CALENDARIZACIÓN				METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE											
			PRG	1	2	3	1			2			3			4		
				Prog.	Real	Prog.	Prog.	Real	Real	Prog.	Real	Real	Prog.	Real	Real	Prog.	Real	Real

7.4.4

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



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 TURÍSTICO DEL ESTADO

CAMPAÑAS DE POSICIONAMIENTO MASIVO CON IMPACTO TURISTICO AL ESTADO, EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN, IMPLEMENTADAS. (MEXICALI)	META	UNIDAD DE MEDIDA CAMPANA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE					
			PROG.	REAL	1		2		3	
			10	7	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
					2	3	1	2	5	2
										4
										0

7.4.4

MARZO LAS ACCIONES SERÁN REPROGRAMADAS, ASÍ COMO EL ARRANQUE DE LAS CAMPAÑAS
JUNIO LAS ACCIONES SERÁN REPROGRAMADAS, ASÍ COMO EL ARRANQUE DE LAS CAMPAÑAS
SEPTIEMBRE ENTREGA DE GUÍAS TURÍSTICAS A LA CADENA DE VALOR, CAMPAÑA DE PROMOCIÓN ESTATAL EN PLATAFORMAS DIGITALES, ARTS PROMOCIONALES EN VIAJE DE FAMILIARIZACIÓN TRAVEL & LEISURE, ARTICULOS CARAVANA PRICE TRAVEL GUADALAJARA.

PRIMER PERIODO
SEGUNDO PERIODO
TERCER PERIODO

EVENTOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD A NIVEL REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DEL ESTADO REALIZADOS. (SAN FELIPE)	META	UNIDAD DE MEDIDA EVENTO	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE					
			PROG.	REAL	1		2		3	
			10	12	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
					4	1	3	9	1	2
										2
										0

7.4.4

MARZO LAS ACCIONES SERÁN REPROGRAMADAS, ASÍ COMO EL ARRANQUE DE LAS CAMPAÑAS
JUNIO LAS ACCIONES SERÁN REPROGRAMADAS, ASÍ COMO EL ARRANQUE DE LAS CAMPAÑAS
SEPTIEMBRE ENTREGA DE PLACAS GUÍA MICHELIN, CARAVANA PRICE TRAVEL GUADALAJARA.

PRIMER PERIODO
SEGUNDO PERIODO
TERCER PERIODO

EVENTOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD A NIVEL REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DEL ESTADO REALIZADOS. (PLATAFORMAS DIGITALES)	META	UNIDAD DE MEDIDA EVENTO	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE					
			PROG.	REAL	1		2		3	
			10	4	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
					1	0	3	3	3	1
										3
										0

7.4.4

MARZO SE REPROGRAMA EL INICIO DE LAS CAMPAÑAS PARA EL ESTADO EN PLATAFORMAS DE AIRBNB
JUNIO SE REPROGRAMA EL INICIO DE LAS CAMPAÑAS PARA EL ESTADO EN PLATAFORMAS DE AIRBNB
SEPTIEMBRE APOYO A EVENTO SCORE 400

PRIMER PERIODO
SEGUNDO PERIODO
TERCER PERIODO

EVENTOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD A NIVEL REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DEL ESTADO REALIZADOS. (TULUANA)	META	UNIDAD DE MEDIDA EVENTO	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE					
			PROG.	REAL	1		2		3	
			32	26	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
					10	4	9	12	6	7
										4
										0

7.4.4

MARZO LAS ACCIONES SERÁN REPROGRAMADAS, ASÍ COMO EL ARRANQUE DE LAS CAMPAÑAS
JUNIO VISITA DE INSPECCIÓN EXPO PUBLICIDAD, LAS DEMAS ACCIONES SERÁN REPROGRAMADAS, ASÍ COMO EL ARRANQUE DE LAS CAMPAÑAS
SEPTIEMBRE CONGRESO NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE PLACAS GUÍA MICHELIN, CARAVANA PRICE TRAVEL GUADALAJARA, PRESENTACIÓN DE DESTINO LOS ANGELES CALIFORNIA, VIAJE DE FAMILIARIZACIÓN VIVA AEROBUS, VIAJE DE FAMILIARIZACIÓN DE MEDIOS GASTRONOMIA URBANA, VISITA DE INSPECCIÓN CONGRESO NACIONAL DE POSGRADOS Y EXPO POSGRADO

PRIMER PERIODO
SEGUNDO PERIODO
TERCER PERIODO



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

EVENTOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD A NIVEL REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DEL ESTADO REALIZADOS. (SAN QUINTÍN)	UNIDAD DE MEDIDA		CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
	EVENTO	REAL	PROG.	REAL	1		2		3		4	
					Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
					1	1	6	11	3	2	1	0

7.4.4

MARZO LAS ACCIONES SERÁN REPROGRAMADAS, ASÍ COMO EL ARRANQUE DE LAS CAMPAÑAS
JUNIO LAS ACCIONES SERÁN REPROGRAMADAS, ASÍ COMO EL ARRANQUE DE LAS CAMPAÑAS
SEPTIEMBRE ENTREGA DE PLACAS GUÍA MICHELIN.

EVENTOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD A NIVEL REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DEL ESTADO REALIZADOS. (MEXICALI)	UNIDAD DE MEDIDA		CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
	EVENTO	REAL	PROG.	REAL	1		2		3		4	
					Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
					6	3	3	10	6	5	5	0

7.4.4

MARZO LAS ACCIONES SERÁN REPROGRAMADAS, ASÍ COMO EL ARRANQUE DE LAS CAMPAÑAS
SEPTIEMBRE CONGRESO NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE REUNIONES 2025; ENTREGA DE PLACAS GUÍA MICHELIN, CARAVANA PRICE TRAVEL GUADALAJARA, VIAJE DE FAMILIARIZACIÓN TRAVEL & LEISURE.

EVENTOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD A NIVEL REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DEL ESTADO REALIZADOS. (ENSENADA)	UNIDAD DE MEDIDA		CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
	EVENTO	REAL	PROG.	REAL	1		2		3		4	
					Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
					8	1	10	8	13	14	5	0

7.4.4

MARZO LAS ACCIONES SERÁN REPROGRAMADAS, ASÍ COMO EL ARRANQUE DE LAS CAMPAÑAS
JUNIO LAS ACCIONES SERÁN REPROGRAMADAS, ASÍ COMO EL ARRANQUE DE LAS CAMPAÑAS
SEPTIEMBRE ENTREGA DE PLACAS GUÍA MICHELIN, CARAVANA PRICE TRAVEL GUADALAJARA, PRESENTACIÓN DE DESTINO EN LOS ANGELES, VIAJE DE FAMILIARIZACIÓN FARM TO TABLE PARA MEDIOS NACIONALES Y CREADORES DE CONTENIDO

AVANCES DE GESTIÓN DE LA ENTIDAD, CORRESPONDIENTES AL EJERCICIO FISCAL, ELABORADOS.	UNIDAD DE MEDIDA		CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
	AVANCE DE GESTIÓN	REAL	PROG.	REAL	1		2		3		4	
					Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
					8	8	9	9	8	8	9	0

10.1.2

MARZO REPORTES DE GASTO TRIMESTRAL
JUNIO REPORTES DE GASTO TRIMESTRAL
SEPTIEMBRE REPORTE TRIMESTRAL DEL GASTO

CAMPANAS DE POSICIONAMIENTO MASIVO CON IMPACTO TURISTICO AL ESTADO, EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN, IMPLEMENTADAS. (SAN QUINTÍN)	UNIDAD DE MEDIDA		CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
	CAMPANA	REAL	PROG.	REAL	1		2		3		4	
					Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
					2	0	2	0	2	2	1	0

7.4.4

<rptAvancePoa Trimestre>

20/10/2025 1:21

Página 4 de 6



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
SEGUNDO PERIODO
TERCER PERIODO

MARZO LAS ACCIONES SERÁN REPROGRAMADAS, ASÍ COMO EL ARRANQUE DE LAS CAMPAÑAS
JUNIO LAS ACCIONES SERÁN REPROGRAMADAS, ASÍ COMO EL ARRANQUE DE LAS CAMPAÑAS
SEPTIEMBRE ENTREGA DE GUÍAS TURÍSTICAS A LA CADENA DE VALOR, CAMPAÑA DE PROMOCIÓN ESTATAL EN PLATAFORMAS DIGITALES,

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
		EVENTO		Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
				6	1	11	6	3	4	4	0

7.4.4

PRIMER PERIODO
SEGUNDO PERIODO
TERCER PERIODO

MARZO LAS ACCIONES SERÁN REPROGRAMADAS, ASÍ COMO EL ARRANQUE DE LAS CAMPAÑAS
JUNIO LAS ACCIONES SERÁN REPROGRAMADAS, ASÍ COMO EL ARRANQUE DE LAS CAMPAÑAS
SEPTIEMBRE ENTREGA DE PLACAS GUÍA MICHELIN, ROADSHOW MONTERREY, SALTILLO Y CHIHUAHUA, VIAJE DE FAMILIARIZACIÓN VIVA AEROBUS

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

7.4.4

PRIMER PERIODO
SEGUNDO PERIODO
TERCER PERIODO

MARZO LAS ACCIONES SERÁN REPROGRAMADAS, ASÍ COMO EL ARRANQUE DE LAS CAMPAÑAS
JUNIO LAS ACCIONES SERÁN REPROGRAMADAS, ASÍ COMO EL ARRANQUE DE LAS CAMPAÑAS
SEPTIEMBRE CAMPANA DE PROMOCIÓN ESTATAL EN PLATAFORMAS DIGITALES, ENTREGA DE ARTS PROMOCIONALES ROADSHOW MONTERREY, SALTILLO Y CHIHUAHUA, ENTREGA ARTÍCULOS PROMOCIONALES VIAJE DE FAMILIARIZACIÓN VIVA AEROBUS

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
		EVENTO		Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
				8	1	10	8	5	5	4	0

7.4.4

PRIMER PERIODO
SEGUNDO PERIODO
TERCER PERIODO

MARZO LAS ACCIONES SERÁN REPROGRAMADAS, ASÍ COMO EL ARRANQUE DE LAS CAMPAÑAS
JUNIO LAS ACCIONES SERÁN REPROGRAMADAS, ASÍ COMO EL ARRANQUE DE LAS CAMPAÑAS
SEPTIEMBRE ENTREGA DE PLACAS GUÍA MICHELIN, ASISTENCIA EN EL TIANGUIS TURÍSTICO DE MÉXICO EN CHINA, CARAVANA PRICE TRAVEL GUADALAJARA, VIAJE DE FAMILIARIZACIÓN DE MEDIOS GASTRONOMÍA URBANA

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE							
		PROG.	REAL	1		2		3		4	
		CAMPANA		Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real
				2	0	2	5	3	7	1	0

7.4.4

PRIMER PERIODO
SEGUNDO PERIODO
TERCER PERIODO

MARZO LAS ACCIONES SERÁN REPROGRAMADAS, ASÍ COMO EL ARRANQUE DE LAS CAMPAÑAS
JUNIO LAS ACCIONES SERÁN REPROGRAMADAS, ASÍ COMO EL ARRANQUE DE LAS CAMPAÑAS
SEPTIEMBRE ENTREGA DE GUÍAS TURÍSTICAS A LA CADENA DE VALOR, CAMPAÑA DE PROMOCIÓN ESTATAL EN PLATAFORMAS DIGITALES, ARTÍCULOS CARAVANA PRICE TRAVEL GUADALAJARA, ARTÍCULOS PROMOCIONALES FARM TO TABLE PARA MEDIOS NACIONES Y CREADORES DE CONTENIDO, ARTÍCULOS PROMOCIONALES PRESENTACIÓN DE DESTINO LOS ANGELES



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		5	
		CAMPANA		Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real

PRIMER PERIODO
SEGUNDO PERIODO
TERCER PERIODO

7.4.4
MARZO LAS ACCIONES SERÁN REPROGRAMADAS, ASÍ COMO EL ARRANQUE DE LAS CAMPAÑAS
JUNIO LAS ACCIONES SERÁN REPROGRAMADAS, ASÍ COMO EL ARRANQUE DE LAS CAMPAÑAS
SEPTIEMBRE ENTREGA DE GUÍAS TURÍSTICAS A LA CADENA DE VALOR CAMPAÑA DE PROMOCIÓN ESTATAL EN PLATAFORMAS DIGITALES

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE									
		PROG.	REAL	1		2		3		4		5	
		CAMPANA		Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real

PRIMER PERIODO
SEGUNDO PERIODO
TERCER PERIODO

7.4.4
MARZO LAS ACCIONES SERÁN REPROGRAMADAS, ASÍ COMO EL ARRANQUE DE LAS CAMPAÑAS
JUNIO LAS ACCIONES SERÁN REPROGRAMADAS, ASÍ COMO EL ARRANQUE DE LAS CAMPAÑAS
SEPTIEMBRE CAMPANA DE PROMOCIÓN ESTATAL EN PLATAFORMAS DIGITALES CAMPANA DE PUBLICIDAD EN REDES PARA HOTELES DE PLAYAS DE ROSARITO, ARTICULOS DE PROMOCIÓN VIAJE DE FAMILIARIZACIÓN DE MEDIOS GASTRONOMIA URBANA, ARTICULOS EN EL TIANGUIS TURISTICO DE MEXICO EN CHINA, ARTICULOS CARAVANA PRICE TRAVEL GUADALAJARA,

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE									
		PROG.	REAL	1		2		3		4		5	
		CAMPANA		Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real

PRIMER PERIODO
SEGUNDO PERIODO
TERCER PERIODO

7.4.4
MARZO LAS ACCIONES SERÁN REPROGRAMADAS, ASÍ COMO EL ARRANQUE DE LAS CAMPAÑAS
JUNIO LAS ACCIONES SERÁN REPROGRAMADAS, ASÍ COMO EL ARRANQUE DE LAS CAMPAÑAS
SEPTIEMBRE CAMPANA DE PROMOCIÓN ESTATAL EN PLATAFORMAS DIGITALES, CAMPANA DE PROMOCIÓN DIGITAL E IMPRESA DE TIJUANA PARA SEGUIMIENTO MICE, CAMPANA DE PUBLICIDAD PARA HOTELES EN TIJUANA, ARTICULOS DE PROMOCIÓN VIAJE DE FAMILIARIZACIÓN DE MEDIOS GASTRONOMIA URBANA, ARTICULOS CARAVANA PRICE TRAVEL GUADALAJARA, ARTICULOS PROMOCIONALES VIAJE DE FAMILIARIZACIÓN VIVA AEROBUS

META	UNIDAD DE MEDIDA	CALENDARIZACIÓN		METAS ESPERADAS POR TRIMESTRE									
		PROG.	REAL	1		2		3		4		5	
		PROYECTO		Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real

7.4.4

PROYECTOS ESTRATÉGICOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD DE LAS BONDADES Y SERVICIOS QUE OFERCE EL ESTADO AL TURISMO NACIONAL E INTERNACIONAL, IMPLEMENTADOS.