

**Evaluación del Desempeño
de la GESTIÓN ESTATAL (2019-2021)**

**Posicionamiento Público del Ejecutivo Estatal en la
Población Baja Californiana**



RELEVANCIA DEL TEMA A EVALUAR

En Baja California en el año 2019, el 65% de los bajacalifornianos encuestados por el INEGI, identificaron al Gobierno del Estado como la institución que inspiraba menor confianza.

En ese año, el entonces Gobernador del Estado se ubicó en diversas encuestas, entre los tres gobernadores con menor nivel de aprobación ciudadanía.

Después de 30 años de un régimen caracterizado por corrupción, ineficiencia e impunidad y con la llegada al Ejecutivo Estatal de una nueva forma de gobierno, era imperante trabajar de forma decidida para recuperar la confianza y credibilidad de la población en su gobierno.



En su discurso de toma de protesta en noviembre de 2019, el Gobernador, Jaime Bonilla Valdez, se comprometió a *Regenerar la vida pública en Baja California.*

PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA

PROBLEMA A ATENDER

- La Oficina de la Gubernatura, **operaba estrategias de comunicación tradicionales y poco efectivas para difundir los programas y acciones del Ejecutivo Estatal**, lo que no coincidía con el objetivo de proyectar una nueva forma de gobierno, acorde a los principios y valores de la cuarta transformación.

EFFECTO NEGATIVO DEL PROBLEMA

Como resultado, un alto porcentaje de la población bajacaliforniana no estaba informada sobre las acciones gubernamentales ni se mostraba interesada por conocerlas.

IMPACTO EN LA POBLACIÓN

En su mayoría, la ciudadanía bajacaliforniana desaprobaba el desempeño del Gobierno del Estatal y tenía una percepción negativa del Gobernador del Estado*.

* Esto se reflejaba de forma coincidente en diversos estudios y encuestas de percepción ciudadana realizadas por casas encuestadoras y consultorías.

- OFICINA DE LA GUBERNATURA

PROGRAMAS

009 - FORTALECIMIENTO DE IMAGEN Y RELACIONES INSTITUCIONALES
010 - POSICIONAMIENTO DE LAS ACTIVIDADES GUBERNAMENTALES

PROPÓSITO

(Resultados a Lograr)

EL GOBIERNO DEL ESTADO PROYECTA UNA IMAGEN PÚBLICA DE EFICIENCIA, HONESTIDAD, AMABILIDAD Y RESPETO A LOS CIUDADANOS Y A LOS DISTINTOS SECTORES, SIN IMPORTAR CREENCIAS, CLASES, PREFERENCIAS E IDEOLOGÍAS POLÍTICAS

METAS SUSTANTIVAS

- Implementación de Política de Imagen Institucional del Poder Ejecutivo Estatal.
- Implementación de Estrategia de Redes a través de medios digitales para informar a la población.
 - Transmisiones en vivo (TEV) de las actividades de Gobierno.
 - Interacciones con usuarios de redes sociales para crear vínculos entre gobierno y ciudadanos.

COMPROMISO No. 31



SE REDUCIRÁN SIGNIFICATIVAMENTE LOS GASTOS GUBERNAMENTALES EN PUBLICIDAD

Indicadores

MACRO

- APROBACIÓN CIUDADANA DEL GOBERNADOR DEL ESTADO (POSICIÓN NACIONAL)

IMPACTO

- PERCEPCIÓN DE LA CIUDADANÍA SOBRE LA CONGRUENCIA DE LA IMAGEN QUE PROYECTA EL GOBIERNO CON RELACIÓN A SUS PRINCIPIOS Y VALORES
- PORCENTAJE DE LA CIUDADANÍA ENCUESTADA QUE CONOCE DEL QUEHACER DEL GOBIERNO DEL ESTADO.

Grupo Poblacional de Impacto

POBLACIÓN DE BAJA CALIFORNIA MAYOR DE 18 AÑOS

Presupuesto autorizado a Programas para el Posicionamiento Ejercicios 20-21

- PROGRAMA 09 \$53.81MDP
- PROGRAMA 10 \$52.45MDP

Estructura Organizacional

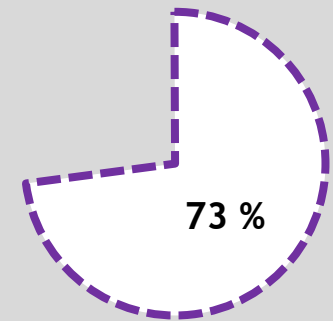
- **COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL**
 - DEPARTAMENTO DE INFORMACIÓN Y MONITOREO
 - DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL TIJUANA
 - DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL ENSENADA
- **COORDINACIÓN DE IMAGEN Y RELACIONES INSTITUCIONALES**
 - COORDINACIÓN EJECUTIVA DE IMAGEN Y RELACIONES INSTITUCIONALES
 - DELEGACIÓN DE IMAGEN Y RELACIONES INSTITUCIONALES ZONA COSTA
 - DELEGACIÓN DE IMAGEN Y RELACIONES INSTITUCIONALES ENSENADA.

ACCIONES INSTITUCIONALES REALIZADAS

• Avance Programa Operativo Anual y Presupuesto (2020-2DO. TRIMESTRE 2021)

METAS PRINCIPALES	PRINCIPALES METAS	PROGRAMADO	REALIZADO AL TRIMESTRE	%
009 - FORTALECIMIENTO DE IMAGEN Y RELACIONES INSTITUCIONALES	DISEÑAR Y EMITIR LA POLÍTICA INSTITUCIONAL DE IMAGEN Y COMUNICACIÓN DEL NUEVO GOBIERNO ESTATAL	3 Protocolos	3 Protocolos	100%
	DISEÑO DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LAS ACCIONES DE GOBIERNO	38 Campañas	38 Campañas	100%
010 - POSICIONAMIENTO DE LAS ACTIVIDADES GUBERNAMENTALES	DIFUSIÓN DE ACCIONES DE GOBIERNO MEDIANTE CAMPAÑAS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN	38 Campañas	38 Campañas	100%
	IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN A TRAVÉS DE REDES SOCIALES	172 Transmisiones en vivo	172 Transmisiones en vivo	100%

Ejercicio
Presupuestal del
Recurso Invertido
(2020-2DO. TRIM 2021)



73% Eficiencia - 100% Eficacia



Con el **73%** del Presupuesto Autorizado, la Oficina de la Gubernatura cumplió con el **100%** de las Metas relevantes para el Posicionamiento Público del Ejecutivo del Estado.

• Atención del Compromiso del C. Gobernador

COMPROMISO No. 36

100
PROPUESTAS
PARA ESTAR
AL CIEN

SE REDUCIRÁN
SIGNIFICATIVAMENTE
LOS GASTOS
GUBERNAMENTALES
EN PUBLICIDAD

Acciones realizadas

Aplicación de medidas de austeridad Presupuesto Ejercicios 2020 y 2021

-28.9 MDP (-41%) en partidas de Comunicación

Prioridad al cumplimiento de requerimientos para difusión de programas financiados con recursos federales.

100% Eficacia



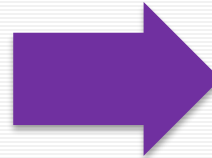
Compromiso 31

ACCIONES INSTITUCIONALES REALIZADAS

Transformación de la Estrategia de Comunicación

ESTRATEGIA TRADICIONAL

- Gobierno que se limita a informar
- Comunicación unidireccional
- Uso de medios tradicionales de comunicación masiva
- Gastos de publicidad elevados
 - Comerciales, incersiones en medios impresos, etc.
- Agenda para informar sujeta a disponibilidad de los medios de comunicación
- Estrategias comunicación múltiples y no homologadas en las instituciones de Gobierno.
- La Ciudadanía no conoce a los funcionarios públicos.
- Se proyecta un Gobierno que trabaja solo y de espaldas a la ciudadanía



NUEVA ESTRATEGIA

- Gobierno que se comunica con la ciudadanía
- Comunicación bidireccional
- Uso de Redes Sociales como nuevos medios de comunicación masiva
- Reducción de Gasto en Comunicación (Compromiso C. Gobernador)
 - Transmisiones en vivo, clips informativos, Infografías, videos informativos
- Agenda de comunicación se prioriza para lograr mayor Posicionamiento del Gobierno
- Estrategias de Comunicación homologadas y secuenciales para lograr el Posicionamiento público del Ejecutivo Estatal (Branding)
- La Ciudadanía conoce a los funcionarios del Gobierno y los cuestiona directamente
- Se proyecta un Gobierno cercano que trabaja con la gente

Principales Resultados

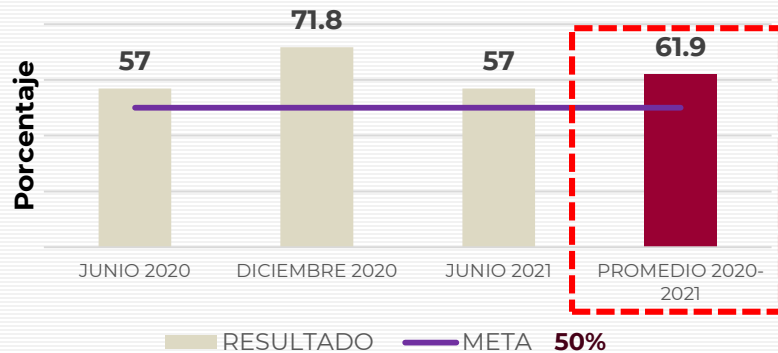
Se han realizado **4,662*** publicaciones en Facebook, 1,191 fueron en formato de Transmisión En Vivo (26% del total)

24,652,344* de personas han visto al menos una vez alguna publicación realizada por el Gobierno del Estado de Baja California (*People reached*).

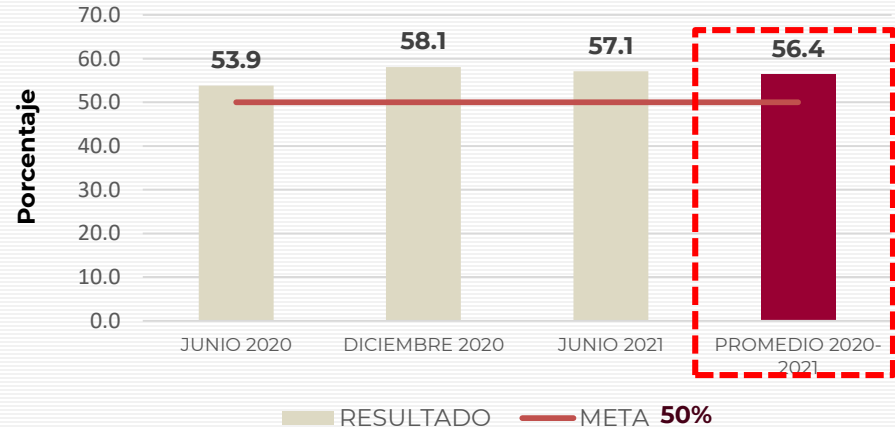
INDICADORES DE IMPACTO

A Nivel Propósito de los Programas

Porcentaje de ciudadanía encuestada que considera que existe congruencia de la imagen que proyecta el Gobierno Estatal con relación a sus principios y valores

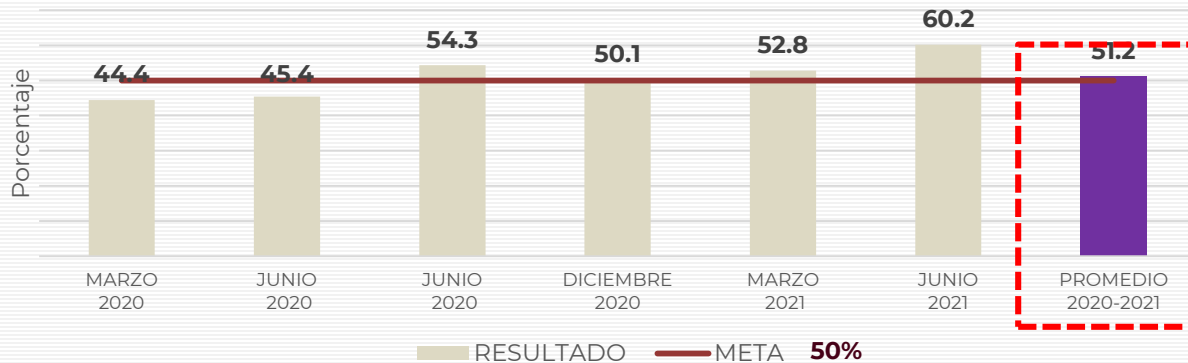


Porcentaje de Ciudadanía Encuestada que manifestó conocer el quehacer del Gobierno del Estado



A nivel Fin de los Programas

Índice de Aprobación Ciudadana del Gobernador del Estado



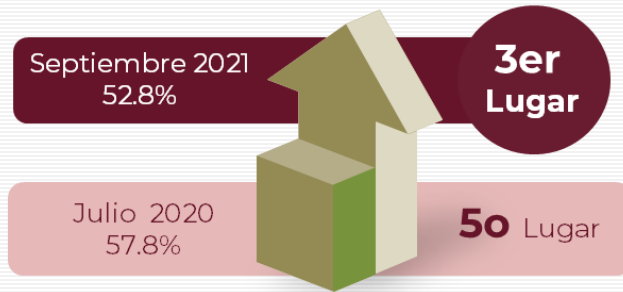
100% Eficiacia

Los 3 indicadores Estratégicos de los 2 Programas Presupuestarios, superaron las metas autorizadas para los años 2020 y 2021.

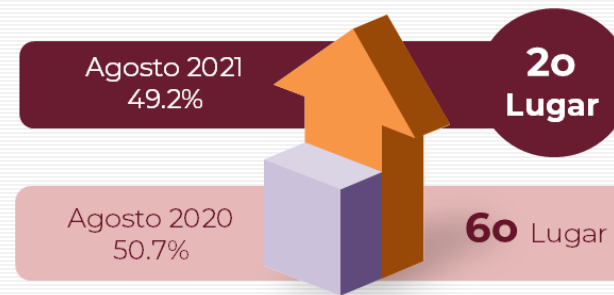
INDICADORES MACRO

Posición Nacional Grado de Aprobación del Desempeño del Gobernador del Estado 2020-2021

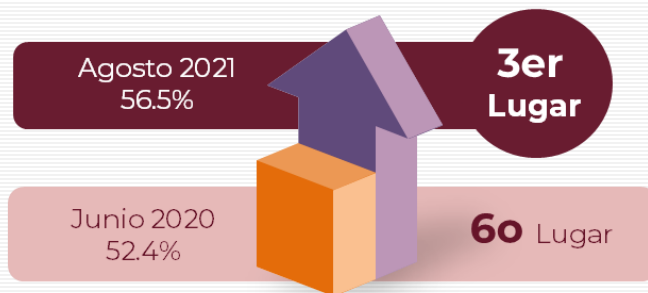
Massive Caller



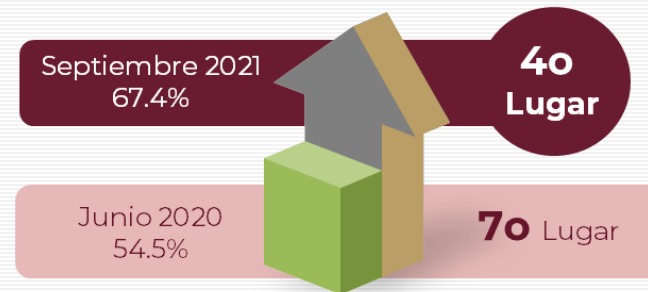
Arias Consultores



C&E Research



Consulta Mitofsky



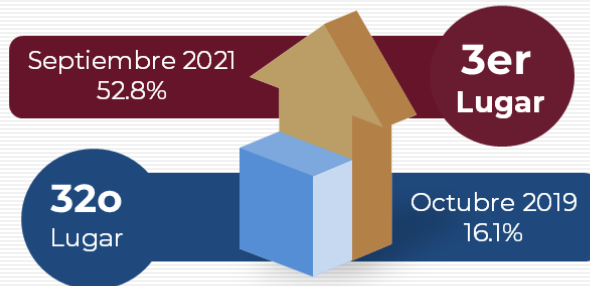
100% Eficiencia

En todos los Indicadores se logró una mejor posición en el Ranking Nacional

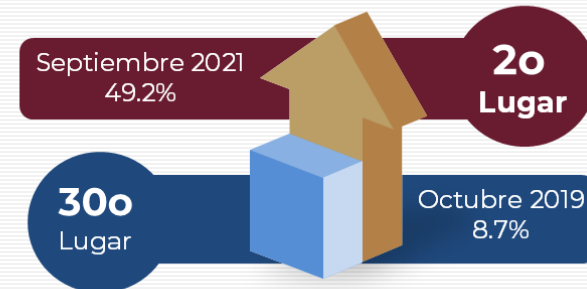
INDICADORES MACRO

Comparativo de Aprobación al Desempeño del Gobernador del Estado GOBIERNO ANTERIOR – GOBIERNO ACTUAL

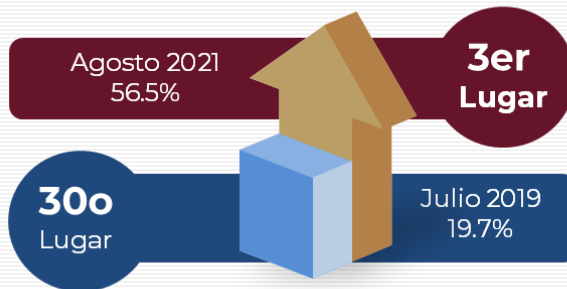
Massive Caller



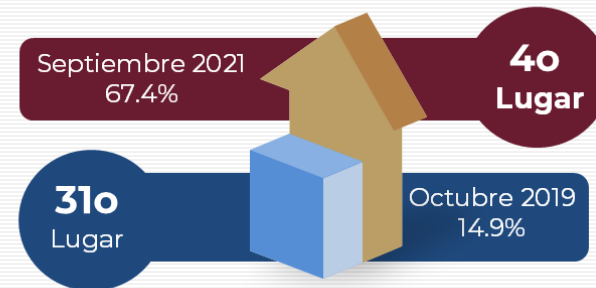
Arias Consultores



C&E Research



Consulta Mitofsky



Todos los indicadores son consistentes al mostrar la diferencia entre el alto nivel de aprobación ciudadana del desempeño del Gobernador Jaime Bonilla Valdez, en contraste con el alto nivel de desaprobación ciudadana de su antecesor.

PROYECCIÓN POSITIVA DEL GOBIERNO

6 de cada 10 personas encuestadas perciben congruencia de la Imagen del Gobierno del Estatal con los principios y valores de la Cuarta Transformación.

**Avance
Considerable**



CIUDADANÍA MEJOR INFORMADA

5 de cada 10 personas encuestadas, reconocieron estar mejor informadas de los programas y acciones llevadas a cabo por el Gobierno Estatal.

24.6 millones de personas han visto al menos alguna vez las publicaciones del Gobierno del Estado en redes sociales.

**Avance
Considerable**



PERCEPCIÓN DE LA CIUDADANÍA

Actualmente, una mayor proporción de la ciudadanía aprueba el Desempeño del Gobernador del Estado. **Lo que en tan solo 2 años lo ha llevado a figurar entre los 5 gobernadores mejor evaluados del país.**

Logrado



Las políticas y normas diseñadas e implementadas por la Oficina de la Gubernatura a través de la Coordinación de Comunicación y la Coordinación de Imagen y Relaciones Institucionales han dado muy buenos resultados, se han cumplido con las metas planteadas y se ha hecho un uso responsable de los recursos y esto se refleja en los indicadores de ambos Programas.

Si bien, se dio puntual cumplimiento al compromiso del C. Gobernador de reducir sustancialmente las partidas de comunicación social en las Dependencias (-41%), se tuvo la visión de aprovechar las diversas plataformas digitales para mantener informada a la población sobre los programas y acciones de gobierno.

La Pandemia del COVID-19 contribuyó al éxito de la implementación de la Política de Imagen Institucional del Poder Ejecutivo Estatal y la Estrategia de Medios Digitales.

En esta era de los teléfonos inteligentes y el uso masivo del Internet, la Estrategia de Medios Digitales de la Oficina de la Gubernatura, ha sido muy pertinente, ya que permite a la ciudadanía directamente interactuar con el Gobernador del Estado y sus funcionarios, para externar quejas y denuncias, solicitar diversos servicios e incluso para externar el reconocimiento ser un gobierno cercano.

Se TRANSFORMÓ la manera de acercar a la ciudadanía a su Gobierno. La ciudadanía goza plenamente de su derecho a que se le hable con la verdad.

El Ing. Jaime Bonilla Valdez y su gobierno, proyectan una imagen pública de eficiencia, honestidad, amabilidad y respeto a los ciudadanos y a los distintos sectores, sin importar creencias, clases, preferencias e ideologías políticas.

Recomendaciones

La Estrategia de Posicionamiento del Gobierno del Estado, implementada a través de los Medios Digitales debe ser institucionalizada y plasmada también en el Plan Estatal de Desarrollo del nuevo Gobierno, para que la comunicación y difusión a la ciudadanía no dependa de la voluntad, carisma o capacidad del Gobernador en turno o de los funcionarios públicos.

Se debe procurar la capacitación técnica necesaria al personal de la Oficina de la Gubernatura, de las áreas involucradas, para asegurar la calidad de la información y contenidos que se difunden.

Si bien se avanzó considerablemente en la estrategia de comunicación masiva, en la medida en que las condiciones de salud lo permitan, se recomienda realizar acercamientos y estrechar lazos con grupos de la sociedad organizada.