

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

Estrategias para la reactivación del turismo en el Estado



RELEVANCIA DEL TEMA A EVALUAR

Baja California es una de las entidades con mejor conectividad en todo el país y con grandes atractivos turísticos, entre los más destacables se encuentran:

- **El Aeropuerto Internacional de Tijuana**, en el cual se realizan **más de 120 vuelos con más de 7 mil pasajeros diarios**. Además cuenta con **48 destinos nacionales y un puente binacional para pasajeros internacionales**.
- **Cinco** cruces fronterizos repartidos en los municipios de Mexicali, Tecate y Tijuana; siendo la Garita entre **Tijuana y San Ysidro la catalogada como “la frontera más transitada del mundo”** con más de 32 millones de cruces anuales entre peatones y automóviles.
- El puerto marítimo de Ensenada cuenta con embarque y desembarque no solo de mercancías, sino de pasajeros nacionales e internacionales.
- **Baja California cuenta con más de 7,000 habitaciones disponibles** para hospedarse y **360 eventos turísticos anuales**.
- La nacional e internacionalmente conocida Ruta del Vino ubicada en el municipio de Ensenada. **Baja California cuenta con casi el 70% de las bodegas vinícolas de todo el país, 68% de las hectáreas cultivadas y 69.5% en la producción de uva a nivel nacional.**

Estos y otros factores brindan en escenario idóneo para que Baja California se vuelva uno de los principales atractivos turísticos a nivel nacional e internacional. Por ello, resulta relevante evaluar las estrategias implementadas y el avance logrado por las instancias a cargo del tema.



En su discurso de toma de protesta en noviembre de 2019, el Gobernador, Jaime Bonilla Valdez, se comprometió a “ Impulsar el turismo de todo tipo en el Estado”

PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA

PROBLEMA A ATENDER

La promoción de los productos y servicios turísticos a nivel nacional e internacional son insuficientes para posicionar a Baja California como un atractivo destino turístico e incrementar la afluencia y la ocupación hotelera del Estado; factor que inhibe el nivel de actividad económica en este sector en la Entidad; aunado a los efectos negativos del COVID-19 en la economía estatal.

EFFECTO NEGATIVO DEL PROBLEMA

Como resultado conjunto de las variables que afectan el turismo, se obtuvo una **variación negativa por tres periodos consecutivos en la actividad económica del sector terciario**, siendo el **segundo trimestre de 2020 el más afectado (-19.58)**, fenómeno que no se veía desde 2009, en ese momento derivado de la crisis inmobiliaria de EU.

IMPACTO EN LA POBLACIÓN

La afectación del sector terciario, llevó al recorte de personal que labora en dicho sector. **En el tercer trimestre de 2020 se perdieron 94 mil empleos solamente en el sector terciario**, lo que representó un **decrecimiento del 9.17% del empleo** con respecto al periodo inmediato anterior. La población bajacaliforniana enfrentó pérdida de empleo, lo que genera una caída en el ingreso familiar y pérdida de poder adquisitivo, un ejemplo de ello fue el incremento de la inflación **que pasó de 2.63% de diciembre de 2019 a 6.12% a julio de 2021**.

SECRETARÍA ECONOMÍA SUSTENTABLE Y TURISMO-FPPTBC

PROGRAMAS

**057- FOMENTO E INTEGRACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA.
183- IMPULSO Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.**

PROPÓSITO

(Resultados a Lograr)

EN BAJA CALIFORNIA, LAS EMPRESAS TURÍSTICAS Y EL GOBIERNO ESTATAL OFERTAN Y PROMOCIONAN PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LOS DISTINTOS DESTINOS TURÍSTICOS DEL ESTADO, LO QUE DERIVA EN UN INCREMENTO EN LA AFLUENCIA TURÍSTICA.

METAS SUSTANTIVAS

- ATENDER A VISITANTES EN OFICINAS, MÓDULOS DE INFORMACIÓN Y OPERATIVOS TURÍSTICOS EN EL ESTADO.
- FORTALECER LAS RELACIONES DE BAJA CALIFORNIA SOBRE ASUNTOS FRONTERIZOS, A TRAVÉS DE ACCIONES DE VINCULACIÓN CON ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS
- INTEGRAR Y MONITOREAR EL TURISMO DE SALUD Y BIENESTAR QUE FOMENTEN LA AFLUENCIA DE VISITANTES A LOS PRINCIPALES DESTINOS RECEPTORES DE ESTE SEGMENTO DE TURISMO.
- PROMOVER Y PUBLICITAR LA OFERTA TURÍSTICA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL, A TRAVÉS DE PARTICIPACIÓN EN EVENTOS Y DIVERSAS ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DEL ESTADO.

100
PROPUESTAS
PARA ESTAR
AL CIEN

COMPROMISO 76

76. Impulsar el turismo de todo tipo en el Estado, apoyando a la actividad hotelera y creando nueva infraestructura turística como el Malecón de Playas de Rosarito.

INDICADORES

MACRO

- **Indicador Trimestral de Actividad Económica Estatal (ITAEE) del sector terciario.**

IMPACTO

- PIB TURÍSTICO DEL ESTADO

- OCUPACIÓN HOTELERA EN EL ESTADO

- VARIACIÓN PORCENTUAL DE VISITANTES ATENDIDOS EN MÓDULOS Y OPERATIVOS DE CAMPO

Grupo Poblacional de Impacto

TURISMO NACIONAL E INTERNACIONAL QUE VISITA NUESTRO ESTADO Y/O EMPRESAS Y TRABAJADORES DEL RAMO TURÍSTICO

Presupuesto autorizado a Programas durante la actual administración (2020-2021)

SEST
\$59 MDP

FPPTBC
\$245.2 MDP

Estructura Organizacional

- **SECRETARIA DE ECONOMIA SUSTENTABLE Y TURISMO**
- Coordinación General de Políticas Públicas para el Fortalecimiento Turístico
- Coordinación General de Promoción.
- Dirección de Fomento y Asistencia Turística
- Dirección de Innovación y Desarrollo de Productos Turísticos

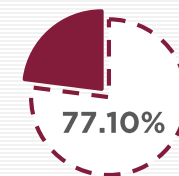
PRINCIPALES METAS Y ACCIONES INSTITUCIONALES REALIZADAS

• Avance Programa Operativo Anual y Presupuesto (2020 -Trimestre 2021)

PRINCIPALES PROGRAMAS	PRINCIPALES METAS	PROGRAMADO	REALIZADO AL TRIMESTRE	%
057- FOMENTO E INTEGRACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA	ATENDER A VISITANTES EN OFICINAS, MÓDULOS DE INFORMACIÓN Y OPERATIVOS TURÍSTICOS EN EL ESTADO.	277 PERSONAS	109 PERSONAS	39.35 %
	INTEGRAR Y MONITOREAR EL TURISMO DE SALUD Y BIENESTAR QUE FOMENTEN LA AFLUENCIA DE VISITANTES A LOS PRINCIPALES DESTINOS RECEPTORES DE ESTE SEGMENTO DE TURISMO.	10 MONITOREO	7 MONITOREO	70%
	FORTALECER LAS RELACIONES DE BAJA CALIFORNIA SOBRE ASUNTOS FRONTERIZOS, A TRAVÉS DE ACCIONES DE VINCULACIÓN CON ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS	10 ACCIÓN DE VINCULACIÓN	36 ACCIÓN DE VINCULACIÓN	100 %
183- IMPULSO Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA	PROMOVER Y PUBLICITAR LA OFERTA TURÍSTICA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL, A TRAVÉS DE PARTICIPACIÓN EN EVENTOS Y DIVERSAS ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DEL ESTADO.	251 ACCIÓN DE PROMOCIÓN	115 ACCIÓN DE PROMOCIÓN	45.81 %

SEST : 77.10% Eficiencia – 69.78% Eficacia

Con el **77.10%** del Presupuesto Autorizado en su programa 057, la **Secretaría de Economía Sustentable y Turismo** cumplió con el **69.78%** de las Metas relevantes al tema de **Reactivación del Turismo en el Estado**

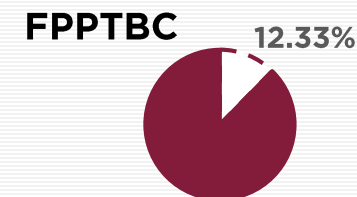


SEST

Ejercicio Presupuestal del Recurso Invertido
2020 – 2º trimestre 2021

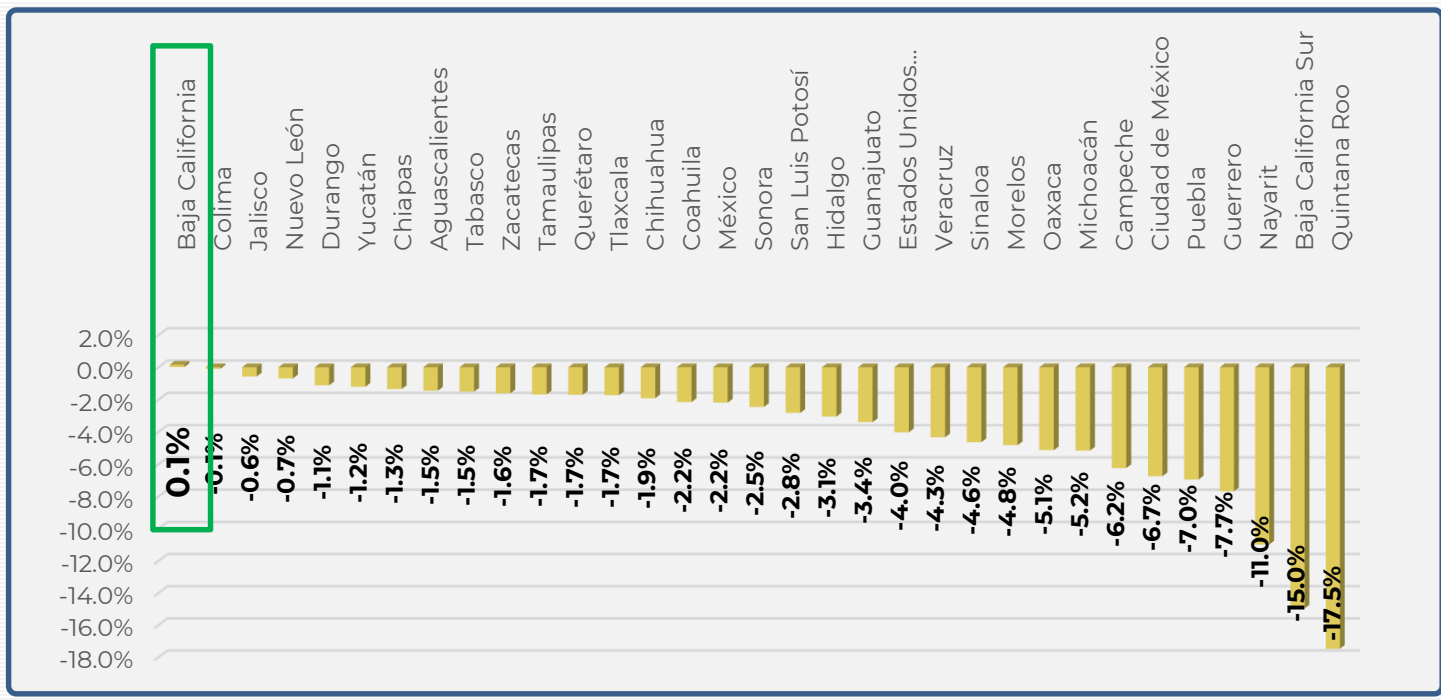
FPPTBC : 12.33% De recurso ejercido – 45.81% Eficacia

Mientras que el **Fideicomiso de Promoción Turística de BC (FPPTBC)**, el cual cuenta con un recurso equivalente a **\$103.8 MDP** para el ejercicio 2021 y debido a que se vieron afectados por la contingencia por el COVID -19, únicamente ejercieron el **12.33 %**, lo que se vio reflejado positivamente en un **45.81 % de atención a las metas asignadas para la promoción turística del Estado.**



INDICADORES MACRO

Indicador Trimestral de la Actividad Económica Estatal (ITAEE) Sector Terciario (1T 2021)



Única entidad en el país con crecimiento en el ITAEE para el sector terciario en 2021

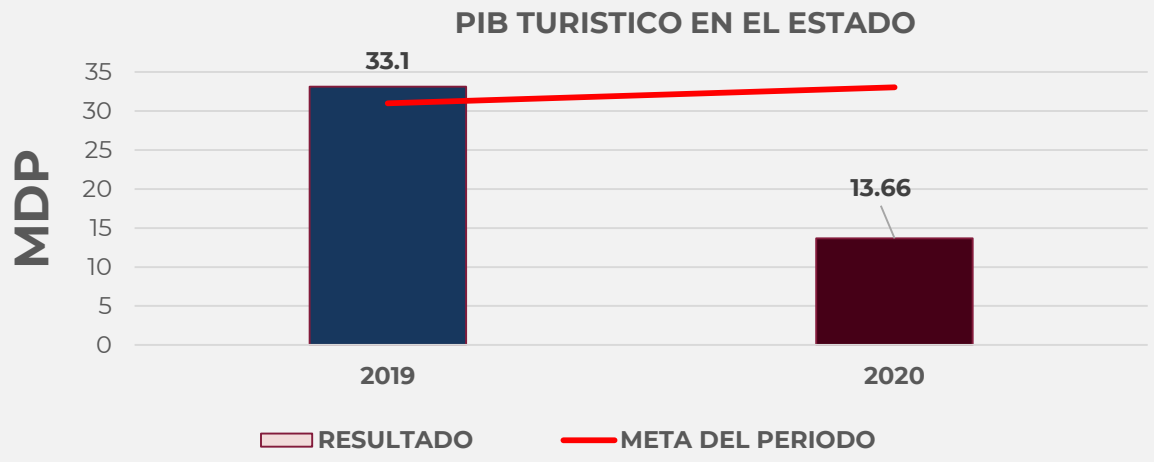


Baja California es el estado con mayor crecimiento en el resultado global del ITAEE para 2021

El sector terciario fue el más afectado durante el 2020 por la desaceleración económica que implicó pérdida de empleos, cierre de negocios, disminución de ingresos por venta de productos y servicios de este sector. Sin embargo, **Baja California es la primera entidad con un comportamiento positivo en el Indicador Trimestral de la Actividad Económica (ITAEE) del Sector Terciario IT2021**; la recuperación de este sector no solamente lo posiciona como el único Estado con crecimiento, sino que abona en gran medida a que **Baja California haya sido la entidad con mayor crecimiento en el resultado global del ITAEE para el primer trimestre de 2021 con un 2.9%**.

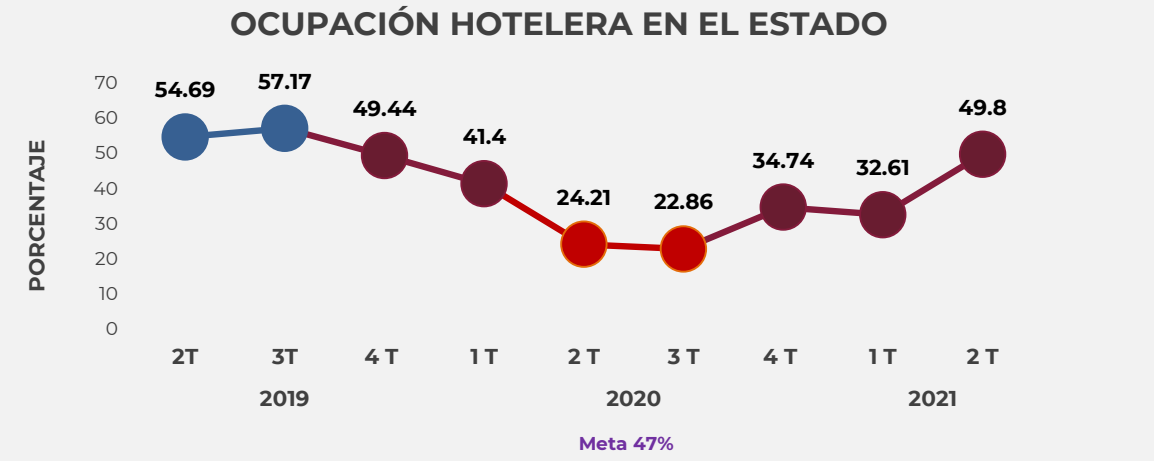
INDICADORES DE IMPACTO

A nivel Fin del Programa



Hubo una **caída de 20 MDP** en el PIB turístico derivado de la pandemia del Covid 19 en 2020. Sin embargo, dado que B.C. ha sido **primer lugar** en el primer semestre de 2021 en **empleos generados, atracción de inversión e índices de actividad económica**, se espera un claro repunte para el cierre del 2021.

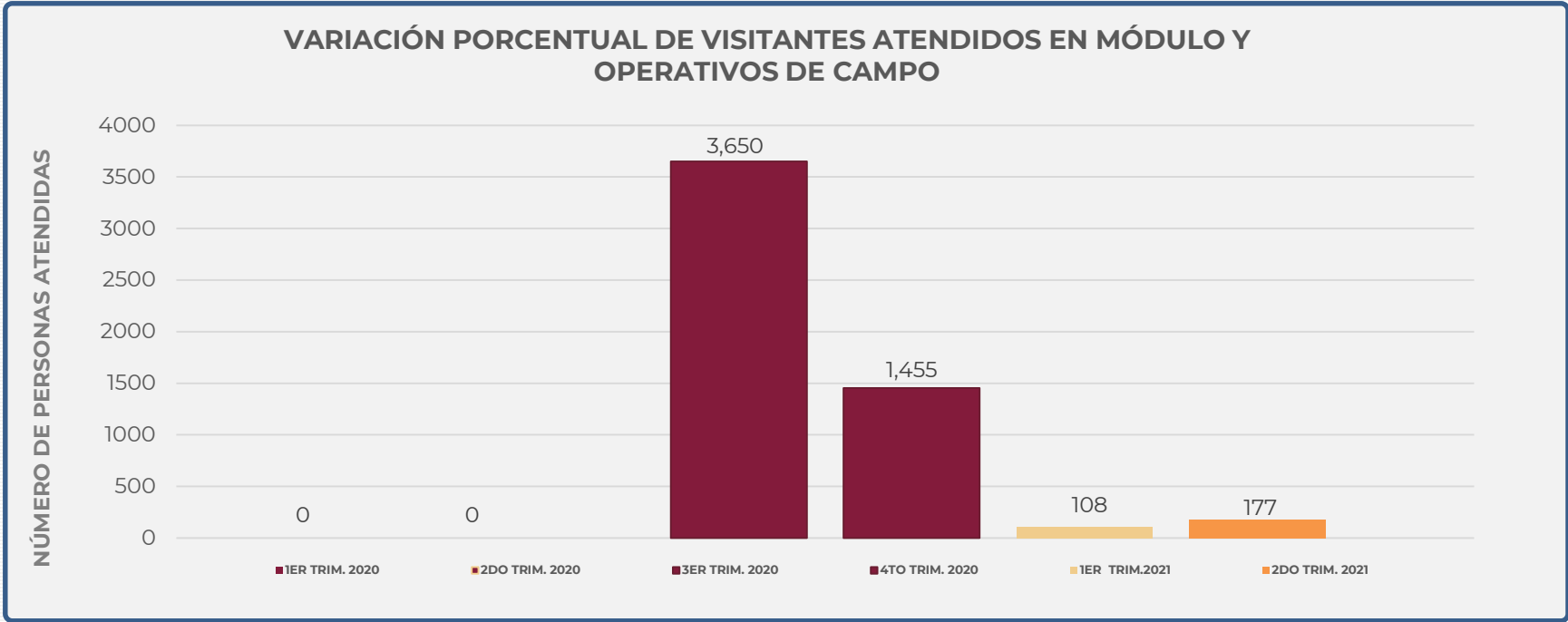
A Nivel Propósito de los Programas



En el **segundo y tercer trimestre de 2020**, se puede observar una **caída significativa de la ocupación hotelera**. Sin embargo, es importante comentar que las disposiciones oficiales impidieron durante ese periodo un aforo mayor al 30% en muchas actividades, entre ellas hoteles. **Dicho lo anterior, el desempeño durante esos dos trimestres puede considerarse como bueno**, aunado a la recuperación de los siguientes tres trimestres hasta llegar a valores mayores que con los que cerró el 2019.

INDICADORES DE IMPACTO

- A Nivel Propósito de los Programas**



Durante los primeros dos trimestres de 2020, la atención de visitantes en los módulos y operativos para la promoción turística **no obtuvieron resultados positivos**, esto se debe a que dichos módulos y operativos de campo fueron retirados durante gran parte del año por la pandemia. A diferencia de los dos últimos trimestres del mismo año, donde se observa un aumento en el número de turistas atendidos en los módulos y operativos de campo, sin embargo dicha actividad tuvo una baja para el presente ejercicio, esto, debido a que **se implementaron estrategias digitales** las cuales, propiciaron la consulta de información de los distintos destinos turísticos del estado a través de plataformas digitales.

Digitalización de la Promoción y Publicidad Turística

Se generaron las herramientas que pudieran estar al alcance de los distintos mercados, adaptado todo a esta nueva realidad, redes sociales, páginas web y apps que permitieran comunicar las bondades turísticas de Baja California, **generando un total de \$310.8 millones de visitas a las redes sociales de los destinos turísticos** del Estado.



- *Se manejan 30 redes sociales y 7 páginas bilingües de los destinos turísticos.*
- *Se diseñó una plataforma para la creación de contenido.*

Entre los visitantes se encuentran: Alan por el mundo, Celeste Pellegrini y en Presentaciones tales como Península a Península y eventos como la Score Baja 500.



Con el objeto de dar a conocer los destinos y la oferta turística estatal, se han llevado a cabo **actividades de reconocimiento en varios puntos del Estado**, para que las audiencias de los visitantes en estos viajes puedan conocer la oferta turística de Baja California.

Participación en Eventos Nacionales e Internacionales

Pese a que esta estrategia ya se implementaba, se busco en la medida de lo posible y contando con las prevenciones pertinentes, ante la contingencia por el COVID- 19, asistir a eventos turísticos nacionales e internacionales en ciudades como Madrid, San Diego, Los Ángeles, Querétaro e incluso en el mismo Estado; de forma **presencial o virtual** ya que son eventos muy benéficos para la atracción del turismo.



Los eventos fueron en los temas de: Ferias de turismo, turismo de aventura, Expo vinos, Expo bodas y agrícolas.

MALECÓN PLAYAS DE ROSARITO

Se tiene contemplado realizar infraestructura para el Municipio de Playas de Rosarito específicamente el Malecón de dicho municipio, el cual aun se encuentra en **estatus de “Proyecto Ejecutivo”**, lo que significa que aun no han sido aprobados los recursos para este proyecto. **Una vez que estos sean autorizados, se inicia el procedimiento de licitación.**

**Avance
Limitado**



NIVEL DE EMPLEO

Solamente **en el segundo trimestre de 2021 se recuperaron 82 mil empleos del sector terciario** con respecto al periodo inmediato anterior, lo que representó **una recuperación del 8.57% de los empleos de dicho sector.** Recuperación apenas comparable con la del segundo trimestre de 2008, dónde se realizaron esfuerzos para contrarrestar los efectos de la crisis inmobiliaria originada en EUA; en esa ocasión, la recuperación fue de 66 mil empleos.

Fuente: <https://www.inegi.org.mx/temas/itaee/>

**Avance
Reconocible**



ACTIVIDAD ECONÓMICA TURÍSTICA

Para el primer trimestre de 2021, Baja California fue la **única Entidad con crecimiento en el Indicador de Actividad Económica Estatal (ITAEE) del sector terciario**, contribuyendo al resultado de **crecimiento del 2.9% en el ITAEE general**, esto quiere decir que la recuperación del sector en el que se encuentra el turismo no solo contribuyó a la recuperación del Índice en general del Estado, sino que lo **posiciona como la entidad que mayor crecimiento tuvo a nivel nacional durante el primer trimestre de 2021.**

Fuente: <https://www.inegi.org.mx/temas/itaee/>

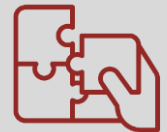
**Avance
Reconocible**



ESTRATEGIAS REALIZADAS

Se implementaron ideas innovadoras de promoción para Baja California como: la creación de plataformas para la **homologación de la promoción** digital en distintos medios y la publicidad a través de personalidades reconocidas en los medios digitales “Influencers” con alcance a millones de personas fuera del estado, lo cual pone al Estado en una vitrina antes no utilizada.

**Avance
Pertinente**



El FPPTBC ha sido innovador en la implementación de estrategias para la reactivación del turismo en el Estado, una de ellas es la **Digitalización de la promoción y publicidad turística**, así como la explotación de redes sociales, buscando captar la atención de los posibles turistas y visitantes del estado.

No obstante, se implementaron estrategias donde se realizaron cosas interesantes, adaptándose a las necesidades actuales de interacción, **no existen instrumentos propios para evaluar los resultados de las estrategias ejecutadas de forma inmediata**, es decir, se tienen expectativas sobre el cierre derivado del análisis realizado con información de fuentes externas.

A la fecha no existe un avance considerable en la ejecución de la obra que atenderá el compromiso 76 del C. Gobernador, el cual menciona la **creación de nueva infraestructura en el Malecón del municipio de Playas de Rosarito**, ya que aun se encuentra en el proceso de gestión de recursos, para continuar con el proceso de licitación y ejecución del proyecto que se espera sea de gran impacto turístico.

Recomendaciones

Reforzar la gestión de recursos para la implementación de proyectos de nueva infraestructura turística, tales como la creación del Malecón en el Municipio de Playas de Rosarito, entre otros similares, con la finalidad de impulsar el turismo en el estado.

Diseñar indicadores estratégicos que aporten información sobre el impacto inmediato a corto plazo de las estrategias implementadas para la promoción turística y con ello no depender de información externa o con periodicidad anual y poder rediseñar o adecuar dichas estrategias durante el mismo ejercicio

Es necesario que la SEST **implemente un reporte, informe o base de datos, en la cual se lleve un control del tipo de turismo que llega al estado**, esto considerando si es turismo de salud, gastronómico, de ecoturismo, negocios, deportivo, cultural, romance ,turismo de aventura, turismo local, nacional o internacional, con la finalidad de contar con datos de cual es el tipo de turismo que mas atrae al Estado y así implementar estrategias enfocadas a cada uno de estos grupos.

Se recomienda tanto a la SEST como al FPPTBC **fortalecer la implementación de estrategias para la atracción del turismo local, a través de eventos o de redes sociales**, provocando el sentido de pertenencia y a través del reconocimiento de las emociones que se pueden vivir, "sin salir de casa".