

f FONDO DE INVESTIGACIÓN UCA - 2012



Universidad Centroamericana
"José Simeón Cañas"

FONDO DE INVESTIGACIÓN 2012-2013

**“Las Marcas Territoriales como estrategia
de posicionamiento y diferenciación:
Creación de una Marca de Calidad
Territorial Común”**

**UNIDADES ENCARGADAS:
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MAESTRÍA EN DESARROLLO LOCAL**

Unidad que colabora:
Departamento de Organización del Espacio

Directores del Proyecto:
Ernesto Zablah y Sergio Bran

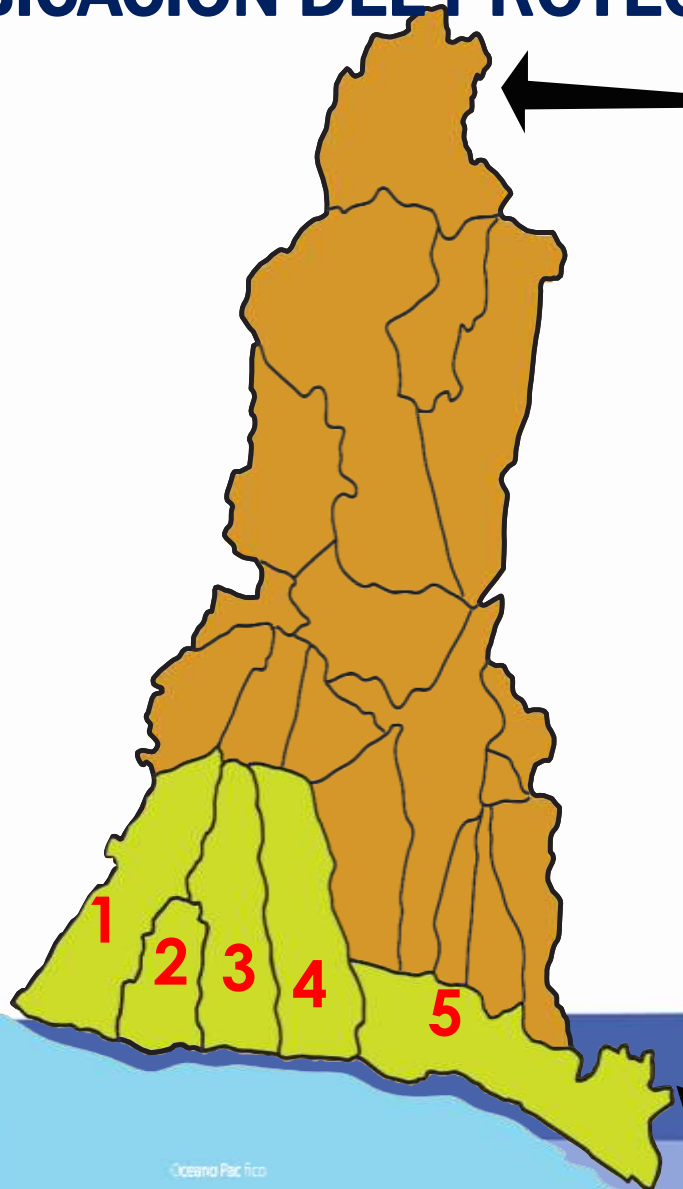


UBICACIÓN DEL PROYECTO



Mapa de El Salvador

- 1** Teotepeque
- 2** Jicalapa
- 3** Chiltiupán
- 4** Tamanique
- 5** La Libertad



Mapa de La Libertad

Oceano Pacífico

¿DE DÓNDE PARTIMOS?



Examinando la literatura existente sobre Marcas Territoriales, especialmente en Europa y Japón, concluimos que estos planteamientos no se apegan a la configuración de nuestros territorios.

Un solo rubro como eje dinamizador, por ejemplo el turismo, o un solo producto por territorio, por ejemplo los lácteos, no contribuiría a un desarrollo territorial **INCLUSIVO**

Nuestros territorios se caracterizan por tener una **configuración asimétrica** entre lugar y lugar, entre sectores sociales, entre las instituciones del Estado, y mientras esto no se atienda con un enfoque **SISTÉMICO**, no se logrará dinamizar el territorio.

¿DE DÓNDE PARTIMOS?

De la necesidad de CONSTRUIR una COMUNIDAD SEMÁNTICA entre los actores claves sobre los aspectos fundamentales que orientaran la acción territorial, sobre las siguientes categorías:

Territorio

Sistema de actores

Políticas públicas de desarrollo territorial

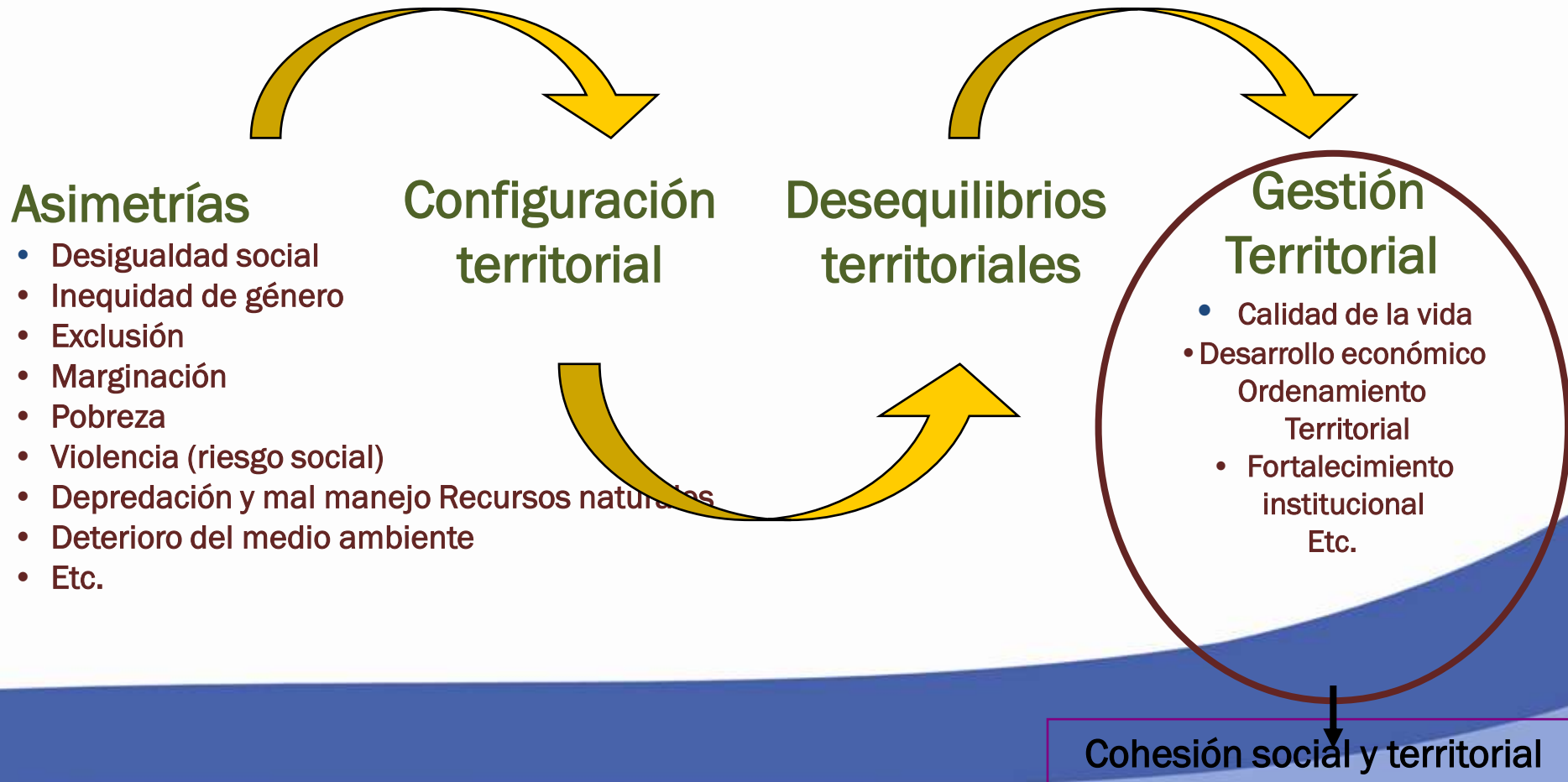
Gobernanza

Marca territorial

Marketing territorial

Sobre esta base será posible definir unos **OBJETIVOS SUPERIORES** que potencien el territorio **como medio de vida** en el mediano y largo plazo.

Hacia una nueva gestión del desarrollo territorial: maximizar las oportunidades, disminuyendo las asimetrías.





DEFINIENDO LAS MARCAS TERRITORIALES

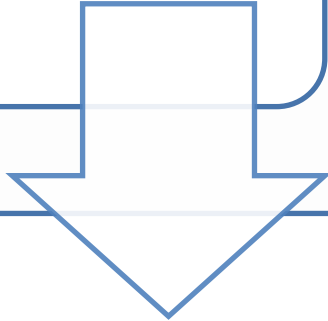
Las marcas territoriales es un INSTRUMENTO de gestión.

Se fundamenta en el enfoque sistémico del desarrollo territorial, el cual, trasluce el hecho de que la configuración histórica y coyuntural de los territorios se establece mediante un conjunto de relaciones interdependientes de índole política, económica, social, cultural y ambiental.

Los territorios son poseedores de **potencialidades** (diferentes tipos de capitales acumulados), así como de **desequilibrios** (diferentes tipos de asimetrías y brechas entre actores y sectores) que hay que asumir en cualquier estrategia de desarrollo de corto, mediano y largo plazo.

DEFINIENDO LAS MARCAS TERRITORIALES

El desarrollo de marcas territoriales, demanda como condición necesaria, la articulación de los diferentes actores que tienen incidencia directa sobre territorios concretos



Requiere del fortalecimiento de los mecanismos de cooperación y coordinación entre los diferentes sectores de gobierno (central y local); entre este actor gubernamental y el sector privado; entre el gobierno, las ONG, las organizaciones de base territorial y el sector empresarial.



DEFINIENDO LAS MARCAS TERRITORIALES

Las “Marcas Territoriales” se enfocan a la CALIDAD y ARTICULACIÓN de los procesos de desarrollo con mayor potencial detonante

Esto requiere que la Marca Territorial opere en tres niveles articulados entre sí:

A nivel general, como MARCA IDENTITARIA, expresada en UN SELLO DE CALIDAD que tiene la finalidad de promover el territorio

A nivel de las potencialidades, organizando al territorio en CORREDORES GEOGRÁFICOS interconectados, considerando la configuración territorial. De estos corredores se desprender CIRCUITOS ESPECIALIZADOS de producción de bienes y servicios con alto potencial detonante.

A nivel de las unidades productivas y con potencial, encadenándolas al sello de calidad, a los corredores geográficos y los circuitos especializados, buscando a la vez, la capacidad de generar encadenamientos productivos para obtener mayor valor agregado

FINES ESTRATÉGICOS DEL DESARROLLO DE MARCAS TERRITORIALES

Los corredores geográficos y los circuitos son considerados como una unidad generadora de oportunidades, de ingresos, de trabajo, sobre la base de la producción de bienes y servicios que siguen pautas y protocolos orientados a asegurar los estándares de calidad con los que se promociona y desarrolla el territorio.

En la implementación de la “Marca Territorial” el sistema de actores es vital para el funcionamiento de los circuitos definidos, considerando la importancia de construir y fortalecer los encadenamientos productivos, bajo una visión territorial de conjunto.

PAUTAS METODOLÓGICAS

Construcción del planteamiento conceptual de Marcas territoriales

Lobby con actores claves del Departamento de La Libertad

Investigación de campo

Formación de corredores dinámicos de desarrollo territorial

Identificación geográfica de las ventajas comparativas del territorio

Diagnóstico diferenciado de la calidad de los bienes y servicios del territorio

Mapeo geográfico de los corredores dinámicos

Formación de circuitos productivos especializados

Mapeo de los circuitos productivos especializados

PAUTAS METODOLÓGICAS

Construcción de la marca territorial como sello de calidad

Construcción de la marca territorial identitaria por diversos tipos de circuitos que generen valor agregado

Definición de la instancia certificadora de la calidad

Definición del protocolo de certificación diferenciada de la calidad

Marketing de la marca territorial en sus tres niveles: Sello de calidad + Marca Circuito + Marca producto (negocios propios)

Definición de la estructura organizacional responsable de la marca territorial

Caminando hacia las ventajas competitivas: el sello de calidad (generación de valor)

ESBOZOS DE PROPUESTAS ARQUITECTÓNICAS

LA LIBERTAD



TAMANIQUE



CHILTIUPÁN



JICALAPA



TEOTEPEQUE



RUTAS TURÍSTICAS GENERALES

Mapa Turístico que contiene las Rutas que recorren y comunican la Playa San Diego con la Playa Toluca.



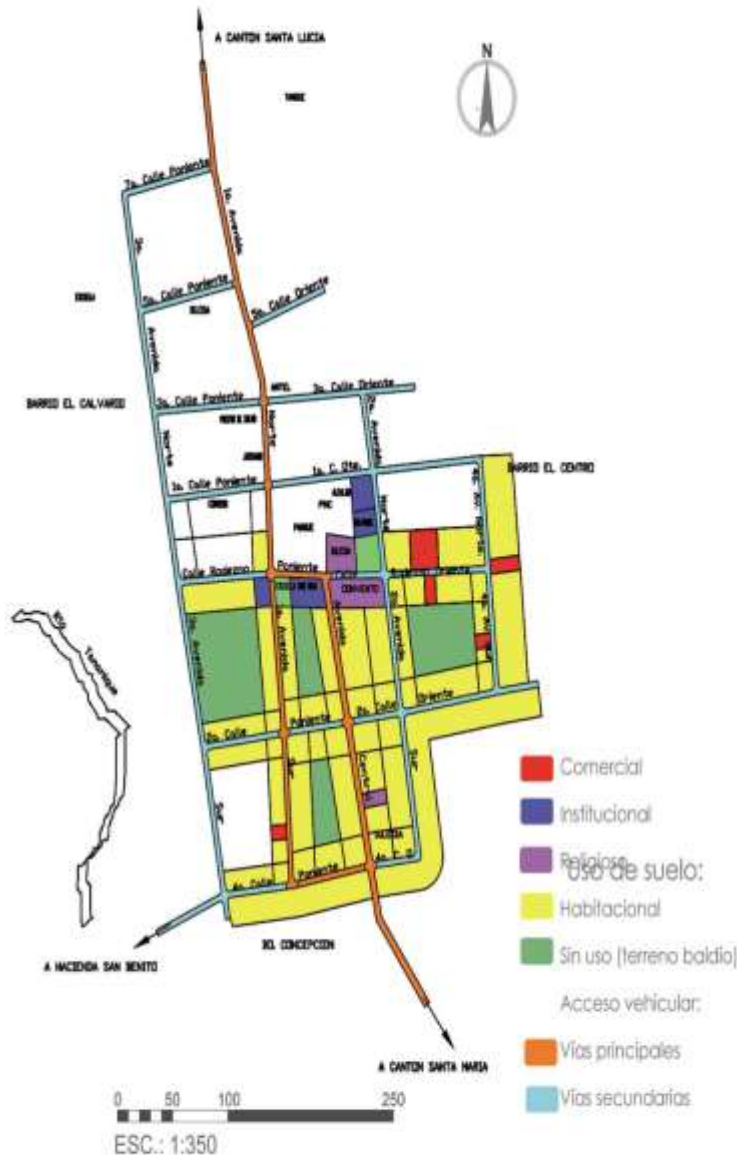
LA LIBERTAD



TAMANIQUE

MAPA DE DIAGNÓSTICO

Mapa de usos de suelo



Fuente: Elaboración propia

Ubicación del Municipio de Tamanique respecto a Hitos



Dentro de los hitos importantes que se toman en cuenta al reconocer la región son, en primer lugar el Centro comercial El Faro (A), que es un hito importante para todo el puerto de La Libertad. Luego como segundo hito importante hemos tomado en cuenta el malecón (B), ya que este además de ser de los más visitados por turistas y pobladores, está en un lugar céntrico y visible desde cualquier punto. Como tres y cuarto hito, están la playa El Tunco (C) y playa El Sunzal (D), conocidas tanto por turistas nacionales como internacionales, eso las hace altamente turísticas, y por ende un hito importante del lugar.







En el mapa de usos de suelos podemos identificar que no existe una debilidad en recursos, no existe un espacio (mercado) de abastecimiento de comida, ropa, entre otros, que solventa las necesidades de los pobladores, los únicos negocios que se cuenta son pequeñas tiendas y son ellas las que abastecen al casco urbano de Tamanique, por lo que las personas deben desplazarse alrededor de 30 minutos al Municipio de La Libertad para abastecerse.

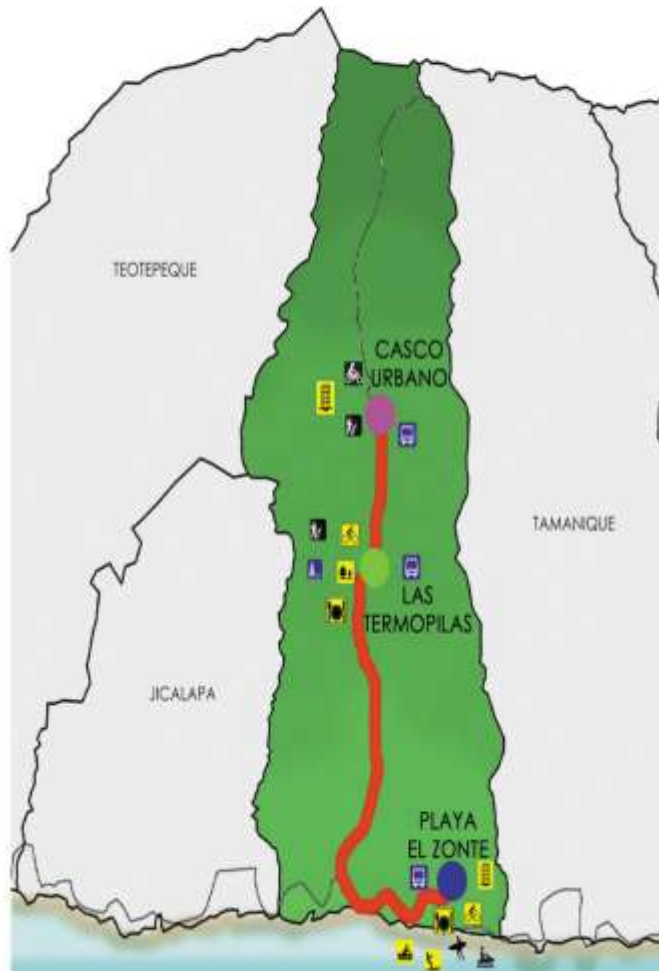


CHILTIUPÁN

RUTA TURÍSTICA

SIMBOLOGÍA

	RUTA TURÍSTICA
	CIRCUITO 1 ZONA COSTERA
	CIRCUITO 2 ZONA MEDIA
	CIRCUITO 3 CASCO URBANO



La ruta turística de Chiltiupán propone tres grandes zonas que ofrecen distintas actividades y atractivos turísticos. El propósito de esta ruta es atraer diversas tipologías de visitantes de forma que puedan sentirse cómodos con recorriendo al menos uno de los circuitos propuestos.

Los 3 circuitos se componen de:

1. **Circuito 1 Zona costera:** disfrutar de caminatas y distintos deportes extremos acuáticos.
2. **Circuito 2 Zona media:** realizar deportes extremos de montaña y gozar de un contacto directo con el ambiente montañoso dentro de una reserva ecológica.
3. **Circuito 3 Casco urbano:** descansar y gozar de las actividades culturales y religiosas que ofrece el pueblo de Chiltiupán a lo largo del todo el año.

Con estas intervenciones se pretende reactivar de forma permanente la economía y el turismo dentro de todo el municipio de Chiltiupán, y que además esta intervención pueda impulsar el desarrollo de las zonas que no se encuentra incluidas en el plan.



DIAGNÓSTICO DEL MUNICIPIO DE JICALAPA.

• Descripción general de la pieza de estudio.

Jicalapa es un municipio costero, ubicado al suroeste del departamento de La Libertad, dicho municipio tiene una extensión territorial de 42.93 km²; según datos obtenidos de Google Earth, este municipio posee una altitud de 880 metros sobre el nivel del mar. El topónimo Jicalapa significa "Río de los jícaros" o "Río del taro".

Los límites geográficos del municipio son:

- o Al norte, este y oeste con los municipios de Teotepeque y Chillupán.
- o Al sur con el océano Pacífico.

El municipio se encuentra a una distancia de 80 km de la ciudad de San Salvador.

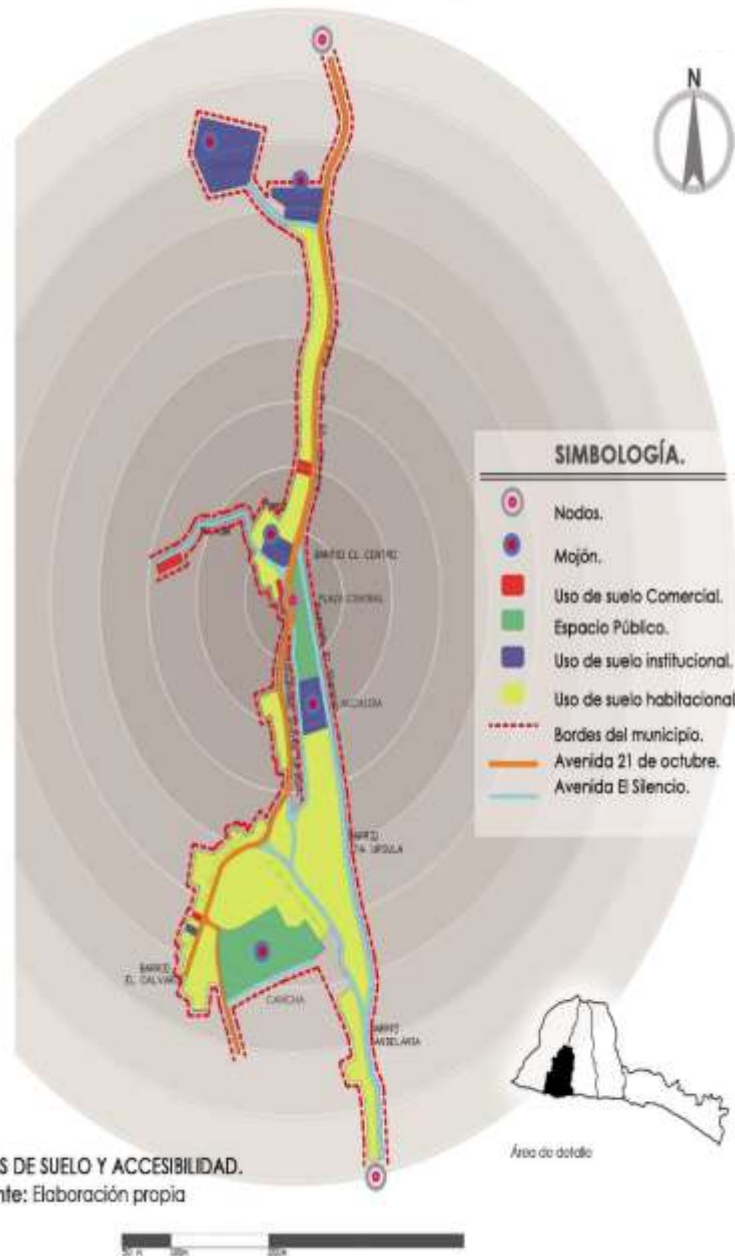
• Descripción: acceso, calles, estado y movilidad.

El único acceso al municipio es dependiente del acceso principal al municipio de Teotepeque, municipio al cual se accede mediante la carretera El Litoral a 25 km del Puerto de La Libertad. El desarrollo interno del municipio se gesta a los costados de la Avenida 21 de octubre, esta vía de acceso culmina en el barrio El Centro de Jicalapa, y se bifurca en dos avenidas: El Silencio y Santa Úrsula.

El estado actual de las vías de acceso oscila entre regular a peyorativo, con tramos de la vía sin pavimento o recubrimiento que apropié al rodaje vehicular [tramos ubicados en la periferia del casco urbano del municipio], por ende, sin acera peatonal que limita la movilidad. En el casco urbano del municipio las vías de acceso en su mayoría están adoquinadas o recubiertas con capa de concreto, en donde se gestan aceras peatonales que mejoran la movilidad por dichas vías, que responden a la necesidad de caminar en espacios públicos de concentración baja.



Ilustración: Vistas del municipio desde el casco urbano [arriba] y recursos naturales [abajo]



MAPA DE DIAGNÓSTICO DEL MUNICIPIO DE TEOPEQUE

El Municipio de Teotepeque se encuentra al Oeste del departamento de La Libertad, su acceso conecta con la carretera a Teotepeque la cual se enlaza con la carretera del litoral (CA-2).

Forma parte de los municipios costeros del departamento, su casco urbano cuenta con tres barrios y un cantón.

En el parque central del municipio se encuentran edificaciones de gran importancia histórica, cultural, institucional y religiosa: la casa de Farabundo Martí, importante personaje para la historia salvadoreña, La Alcaldía Municipal, la iglesia y el Mercado.

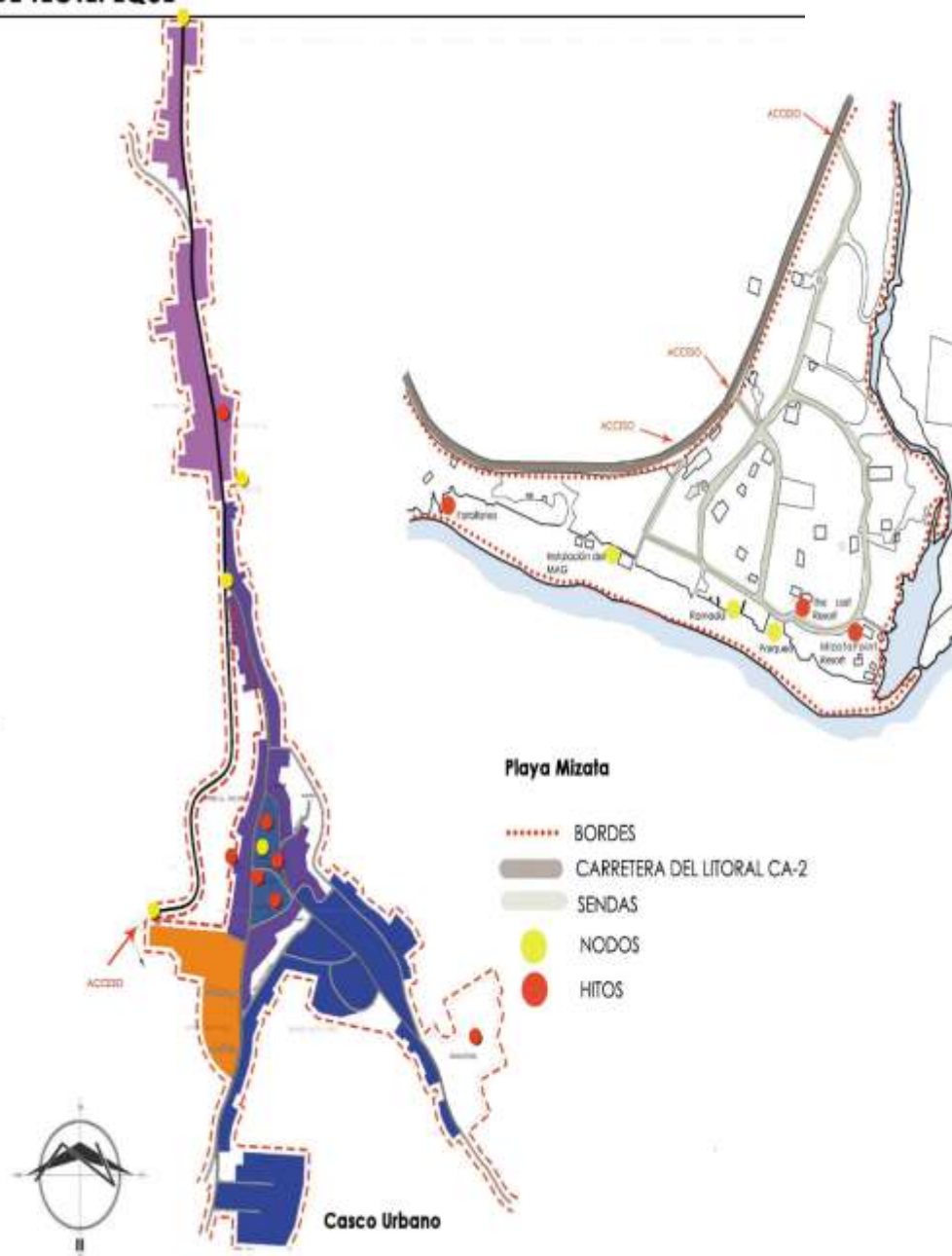
El casco urbano también posee servicios tales como la unidad de Salud, canchas deportivas, escuela, correos y cementerio.

La Playa Mizata posee tres accesos, sus calles actualmente están siendo mejoradas, la mayoría de casas de playa se encuentran deterioradas y en un estado de aparente abandono, el área de intervención posee muchos terrenos baldíos lo cual facilita las posibilidades de planeamiento territorial y desarrollo turístico y local.

Existen dos resorts que son visitados por turistas extranjeros que se interesan en la práctica del surf, existe a su vez un parqueo improvisado que se encuentra adyacente en un costado a una ramada de baja altura que brinda sombra, y al otro costado un restaurante con vista al mar (aún en construcción).

Recorriendo la playa podemos encontrar también una instalación del MAG, y al finalizar una formación rocosa (farallones).

TEOTEPEQUE



CONCLUSIONES

- La investigación realizada ha permitido aportar conocimiento sobre el proceso de revalorización del territorio de la costa pacífica del Departamento de la Libertad (objeto de estudio piloto), en relación con la construcción y posicionamiento de un planteamiento sobre marca territorial de calidad, que bajo los principios de calidad, orientará la estrategia de agregación de valor, sobre la base de la identificación y posterior desarrollo de unos circuitos especializados, que permitirán la diferenciación de los productos en los mercados turísticos, facilitando la identidad territorial, el *saber hacer* y las particularidades de cada territorio.
- El estudio permitió Identificar las potencialidades sociales, culturales, económicas, productos y potenciales marcas territoriales en el Departamento de La Libertad.

CONCLUSIONES

- El estudio permitió identificar los desequilibrios territoriales que afectan o minimizan la capacidad de aprovechar las potencialidades sociales, culturales, económicas, productos y marcas territoriales en la zona costera del Departamento de la Libertad.
- El estudio plantea un diseño integral para la construcción y desarrollo de marcas territoriales que contribuirá a desarrollar los territorios y mejorar las oportunidades y las condiciones de vida de la población y del medio ambiente.
- Elaboramos un instrumento de estrategia que promoverá la competitividad territorial de los bienes, servicios y patrimonio (cultural, histórico y medioambiental) producidos o existentes, basándose en criterios de responsabilidad social, vinculada a la identidad, la calidad social, ambiental y económica que mejore la calidad de vida de sus habitantes y la sostenibilidad ambiental en el territorio