

ESTRATEGIA DE MARKETING TERRITORIAL PARA EL DEPARTAMENTO DE MORAZÁN COMPARTIDA CON LOS ACTORES LOCALES EN EL SALVADOR

Giancarlo Canzanelli

En el marco del proyecto de la Unión Europea *Fortalecimiento de pequeños productores y productoras agropecuarios del Departamento de Morazán*, la ADEL Morazán, con el apoyo de ILS LEDA y EURADA, ha compartido la *Estrategia de marketing territorial* con los actores del Departamento y con la contribución de los principales aliados de nivel nacional

El trabajo, realizado con la asistencia técnica de ILS LEDA del 29 de Mayo al 3 de Junio de 2016, se ha articulado en una conferencia de presentación y discusión de la propuesta de estrategia, en varias reuniones de ajuste y en un taller final para compartir el Plan de acción.

La conferencia, organizada por la ADEL Morazán y atendida por 60 participantes, ha sido presidida por el Gobernador del Departamento Luis Enrique Salamanca Martínez, involucrando representantes de la Gobernación, el Ministerio Economía, el Ministerio Agricultura, el Ministerio de Educación, CONAMYPE, OXFAM y otras ONGs, la Universidad Católica, el Consejo nacional del café, el Consejo nacional de las mujeres, asociaciones y cooperativas campesinas, la Mesa de Concertación Departamental.

La estrategia es el resultado de tres etapas:

- la definición compartida de la *personalidad* propia del Departamento, identificando sus *5 Estrellas* (los recursos de excelencia) sobre la base del análisis de los factores tangibles e intangibles que caracterizan el territorio;
- la identificación de la *imagen* del Departamento.
- la identificación de los *instrumentos de comunicación* de la imagen y de promoción territorial.

Las *5 Estrellas* de la personalidad de Morazán son:

- El *hábitat natural* con clima fresco y agradable durante todo el año, junto con una naturaleza incontaminada, rica de bosques, aire puro, arroyos y manantiales cristalinos, aguas termales, ríos, y cascadas naturales. Un lugar seguro.
- El *carácter de la gente*, que es confiable, amable, cooperativa y con espíritu empresarial.
- Una fuerte aptitud a construir un *capital social* y



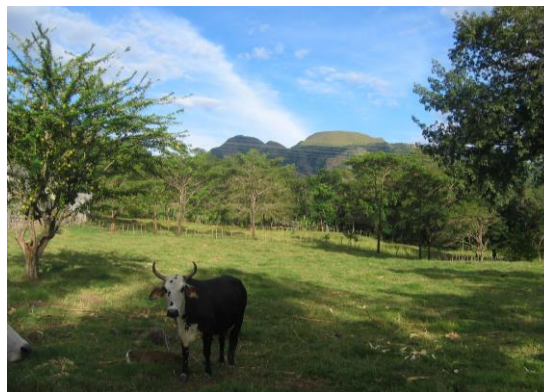
relacional rico de formas asociativas y organizaciones colectivas, incluyendo a los servicios financieros y no financieros excelentes propiciados por ADEL Morazán.

- Un *potencial económico* importante, sobre todos en el sector agropecuario (café, henequén, frutas forestales, hortalizas, apicultura, turismo natural e histórico, artesanía (barro negro, hamacas, Jarcia, tejido de tules (petates), cohetes de vara y sombreros de palma, y basado en una capacidad productiva difusa.
- Un *patrimonio histórico-cultural* importante para el país y la región centroamericana, gracias a las huellas paleo indias y pre-coloniales, la presencia de la cultura ancestral indígena y la memoria de la revolución salvadoreña.



Al final del trabajo, en un Taller se compartió el Plan de Acción para dar seguimiento a la iniciativa, que prevé acciones inmediatas hasta diciembre y un plan de máxima para el 2017-2018. El Plan de Acción incluye:

- realización de *campañas publicitarias* (web, brochures, espacios de publicidad, etc.).
- *propaganda* (acuerdos con medios de comunicación, identificación de *Embajadores del Departamento*).
- *relaciones públicas* (abertura de una oficina de prensa en la Gobernación, fortalecimiento de relaciones con instancias de gobierno y líderes, asociaciones de migrantes, etc.)
- *marketing directo* (ferias de productos típicos, apertura de tiendas en la capital y el aeropuerto, acuerdos con centros comerciales y supermercados, acuerdos con mayoristas, relaciones operativas y acuerdos con agencias turísticas, inversionistas, y otras instancias interesadas a establecer una ventanilla de servicio para potenciales nuevos residentes, etc.)
- realización de por los menos tres *grandes eventos* anuales (festival de invierno de la paz, fiesta de la naturaleza, cumbre de la música, congreso de la micro empresa y finanza, festival de verano de comida sana)
- la realización de la *Marca Territorial*.



La ADEL del Departamento de Morazán en El Salvador, creada en 1993, tiene un impacto relevante sobre el desarrollo territorial, desde los puntos de vista ocupacional, social, tecnológico y económico. En los últimos 10 años, con la cooperación de 25 instancias nacionales e internacionales (BID, UE, ONU MUJERES, UNOPS, PNUD, Ministerio de Economía, Secretaría Técnica de Financiamiento Externo, entre otros), la ADEL ha ejecutado más de 63 proyectos, con un monto de 10 millones de dólares, generando más de 2,000 nuevos empleos, 250 microempresas y el crecimiento de 2,200 pequeños negocios. La ADEL ha generado una empresa en la agro-industria de lácteos con 200 pequeños productores.



La ADEL destina parte de sus ingresos a iniciativas sociales, por ejemplo otorgando becas a 203 estudiantes del territorio, para garantizar sus estudios universitarios y técnicos



Para saber más

[Síntesis de la Estrategia de Marketing Territorial](#)

www.adelmorazan.org

www.ilsleda.org

www.eurada.org/