

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Economía



**EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA “UN PUEBLO UN PRODUCTO”,
EN EL MARCO DEL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL
EN EL SALVADOR.**

Trabajo de investigación presentado por:

Karla María Chávez Quintanilla

Enrique Eliseo Hernández Fuentes

Ivania Yamileth López Guillén

PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIADO (A) EN ECONOMÍA

Asesor:

Lic. Mauricio Escalante Molina

Agosto 2016

San Salvador, El Salvador, Centroamérica

Universidad de El Salvador

Autoridades universitarias

Rector Interino:

Lic. José Luis Argueta Antillón

Secretaria General interino:

Dra. Ana Leticia Zavaleta de Amaya

Decano de la Facultad de Ciencias Económicas: Lic. Nixon Rogelio Hernández

Docente Director:

Lic. Genaro Mauricio Escalante Molina

Docente Lector:

Lic. Manuel Enrique Araujo Villalobos

Coordinador de Seminario:

Lic. Erick Francisco Castillo

AGRADECIMIENTOS

Indiscutiblemente el sujeto primordial que hizo posible la culminación de mis estudios fue Dios Padre todo poderoso, quien me asignó dos ángeles llamados Carlos Chávez y Elena de Chávez, quienes con esfuerzo y mucho sacrificio me convirtieron en la persona que soy ahora, los cuales deberían aparecer como merecedores del título que llevará mi nombre, con quienes estaré eternamente agradecida. Mi familia por toda su comprensión, junto con mi novio, una persona que se convirtió posteriormente en parte de ella y ha significado un apoyo incondicional, y mi grupo de tesis sin quienes la coronación de la carrera no hubiera sido posible.

Karla María Chávez Quintanilla

A mis padres Rogelio y Aida, por brindarme su apoyo, consejos y sabiduría, y ser la inspiración de mi vida. A Oduvaldo, Gualberto y Erisela, mis hermanos porque estuvieron apoyándome para no rendirme y poder alcanzar esta meta. A Dios todopoderoso por darme la vida, fuerza, salud y conocimientos necesarios para poder alcanzar este logro. A mis amigos y catedráticos que tuve a lo largo de la carrera por haberme impulsado a ser mejor estudiante y una mejor persona. Y a mis compañeras de tesis por haber hecho un esfuerzo conjunto para concluir este trabajo.

Enrique Eliseo Hernández Fuentes

Primeramente agradezco a Dios Todopoderoso por haberme dado sabiduría y entendimiento en cada una de las etapas de mis años de estudio. A mi madre María por su amor, consejos y atenciones por haber sido en los años de estudio el pilar tanto económico, moral y espiritual; también agradezco a mi padre José por su amor y apoyo en todo momento. Doy gracias a mis amigos y maestros del Alma Mater quienes han sido parte importante de este proceso y además por impulsarme a terminar mi carrera. Y a mis compañeros de tesis por haber luchado juntos para lograr este sueño y meta en nuestras vidas.

Ivania Yamileth López Guillén

Índice

RESUMEN EJECUTIVO	I
INTRODUCCIÓN	III
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	6
I.1 Teorías del Desarrollo	6
I.1.1. Teoría del Desarrollo Local.....	6
I.1.2. Teoría del Desarrollo Económico Local.....	23
I.1.3 Teoría del Desarrollo Endógeno.....	25
CAPÍTULO II: PANORAMA ECONÓMICO DE EL SALVADOR Y DESARROLLO ECONÓMICO SOCIAL LOCAL	30
II.1. Situación económica nacional	30
II.1.1. Antecedentes y situación actual de la economía salvadoreña.....	30
II.1.2. Medidas de políticas económica y social implementadas en el periodo 2005-2014.....	40
II.2. Situación económica y social de los municipios.....	43
II.2.1. Antecedentes sobre el desarrollo local.....	48
II.2.1.1. Programas para el desarrollo local en El Salvador	51
II.2.1.2. Financiamiento para el Desarrollo Local en El Salvador.....	55
CAPÍTULO III: ESTRATEGIA UN PUEBLO UN PRODUCTO Y EVALUACION DE RESULTADOS.	57
III.1 Experiencia de la estrategia Un Pueblo Un Producto a nivel internacional	57
III.1.1. Origen de la Estrategia Un Pueblo Un Producto.....	57
III.1.2. Expansión de la estrategia en América Latina	61
III.2. Experiencia Un Pueblo Un Producto en El Salvador.....	63
III.2.1 Implementación de la estrategia en los primeros municipios.	64
III.3. Agentes y actores involucrados.....	69
III.4. Factores en la implementación de la Estrategia Un Pueblo Un Producto.	73
III.4.1 Institucionalización del concepto Un Pueblo Un Producto	76
III.5. Caracterización de los municipios y productos emblemáticos seleccionados	77
a) Municipio de San Lorenzo	77
b) Municipio de El Congo.....	79
c) Municipio de Concepción Quezaltepeque.	81
III.6. Articulación de actores de la estrategia en los municipios.	83

III.7. Entidades de apoyo y programas de capacitación.....	85
III.8. Resultados de la encuesta en los municipios en estudio.....	90
III.9. Evaluación de los resultados.....	136
CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	142
IV.1 Conclusiones.....	142
IV.2 Recomendaciones.....	146
BIBLIOGRAFIA	149
ANEXOS	154
Anexo 1. Población Económicamente Activa de El Salvador, período 2005-2014.....	154
Anexo 2. Producto Interno Bruto nominal y real, periodo 2005-2014.....	155
Anexo 3. Mapa de municipios en situación de Extrema Pobreza en El Salvador.....	156
Anexo 4. Listado de municipios que han adoptado la Estrategia Un Pueblo Un Producto y productos/servicios que ofrecen.....	157
Anexo 5. Cálculo del tamaño de la muestra para cada municipio.	166
Anexo 6. Mapas de los municipios en estudio.....	169
Anexo 7. Marcas creadas por el movimiento UPUP.....	172

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1. Dimensiones del desarrollo local.....	14
Tabla 2. Políticas económicas y sociales en El Salvador, período 2005-2014.....	41
Tabla 3. Estructura de la población en pobreza de ingresos por departamento, período 2005-2012 (en %).	45
Tabla 4. Índice de Desarrollo Humano de los 51 municipios de la estrategia Un Pueblo Un Producto en El Salvador.....	46
Tabla 5. Programas de Desarrollo Local en El Salvador, Período 2015-2025.....	52
Tabla 6. Asignación departamental del Fondo de Desarrollo Local (FODES). Periodo 2005-2014 [En US\$].	56
Tabla 7. Países que han implementado la Estrategia “Un Pueblo Un Producto”.....	59
Tabla 8. Edad de los encuestados en el municipio de San Lorenzo	91
Tabla 9. Género de los encuestados en el municipio de San Lorenzo	92
Tabla 10. Tiempo de residencia de los encuestados en el municipio de San Lorenzo	93

Tabla 11. Nivel de escolaridad de los encuestados del municipio de San Lorenzo.	94
Tabla 12. Actividades económicas de los encuestados del municipio de San Lorenzo.	95
Tabla 13. Ingreso mensual de los encuestados del municipio de San Lorenzo.	96
Tabla 14. Empleo que poseen los encuestados en el municipio de San Lorenzo.	97
Tabla 15. Personas encuestadas del municipio de San Lorenzo que conocen la estrategia.	98
Tabla 16. Percepción de los encuestados sobre el grado de representación del producto y/o servicio de la Estrategia UPUP.	99
Tabla 17. Conocimiento de las marcas representativas según los encuestados.	100
Tabla 18. Beneficios de los productos emblemáticos según los encuestados.	101
Tabla 19. Conocimiento por parte de los encuestados de los programas de capacitación implementados con la Estrategia UPUP.	102
Tabla 20. Percepción de los encuestados sobre mejora de los servicios de salud en el municipio.	103
Tabla 21. Evaluación de los encuestados sobre la calidad de agua potable en el municipio de San Lorenzo.	104
Tabla 22. Conocimiento de los encuestados sobre zonas naturales protegidas en el municipio de San Lorenzo.	105
Tabla 23. Edad de los encuestados en el municipio de El Congo.	106
Tabla 24. Género de los encuestados en el municipio de El Congo.	107
Tabla 25. Tiempo de residencia de los encuestados en el municipio de El Congo.	108
Tabla 26. Nivel de escolaridad de los encuestados en el municipio de El Congo.	109
Tabla 27. Actividades económicas de los encuestados en el municipio de El Congo.	110
Tabla 28. Ingreso mensual de los encuestados en el municipio de El Congo.	111
Tabla 29. Empleo que poseen los encuestados en el municipio de El Congo.	112
Tabla 30. Encuestados del municipio de El Congo que conocen la estrategia.	113
Tabla 31. Percepción de los encuestados sobre el grado de representación del producto y/o servicio en la estrategia UPUP.	114
Tabla 32. Conocimiento de las marcas representativas según la encuesta.	115
Tabla 33. Beneficios de los productos y/o servicios emblemáticos según los encuestados.	116
Tabla 34. Conocimiento por parte de los encuestados de los programas de capacitación implementados por la estrategia UPUP.	117
Tabla 35. Percepción de los encuestados sobre la mejora en los servicios de salud en el municipio.	118

Tabla 36. Evaluación de los encuestados sobre la calidad de agua potable en el municipio de El Congo	119
Tabla 37. Zonas naturales protegidas en el municipio de El Congo.....	120
Tabla 38. Edad de los encuestados en Concepción Quezaltepeque.....	121
Tabla 39. Género de los encuestados en el Municipio de Concepción Quezaltepeque.....	122
Tabla 40. Tiempo de residencia de los encuestados en el municipio de Concepción Quezaltepeque.	123
Tabla 41. Nivel de escolaridad de los encuestados en el municipio de Concepción Quezaltepeque.....	124
Tabla 42. Actividades económicas de los encuestados del municipio de Concepción Quezaltepeque	125
Tabla 43. Ingreso mensual de los encuestados en el municipio de Concepción Quezaltepeque.....	126
Tabla 44. Empleo que poseen los encuestados en el municipio de Concepción Quezaltepeque.	127
Tabla 45. Personas encuestadas del municipio de Concepción Quezaltepeque que conocen la estrategia UPUP.....	128
Tabla 46. Grado de representación del producto y/o servicio de la Estrategia en el municipio de Concepción Quezaltepeque.....	129
Tabla 47. Marca que representativa del municipio y/o producto de Concepción Quezaltepeque	130
Tabla 48. Beneficio a los productos emblemáticos según los encuestados en relación a la marca.....	131
Tabla 49. Conocimiento por parte de los encuestados de los programas de capacitación implementados con la Estrategia UPUP.	132
Tabla 50. Percepción de los encuestados sobre los servicios de salud en el municipio.	133
Tabla 51. Evaluación del servicio de agua potable en el municipio de Concepción Quezaltepeque	134
Tabla 52. Conocimiento de los encuestados sobre las zonas naturales protegidas en el municipio de Concepción Quezaltepeque.....	135
Tabla 53. Evolución de los Indicadores de Desarrollo Económico Local.....	136
Tabla 54. Evaluación de los Indicadores de desarrollo local.	138

LISTADO DE GRÁFICOS

Gráfica 1. Población Económicamente Activa (Nacional, urbana y rural) en El Salvador, período 2005-2013.....	31
Gráfica 2. Tasa de desempleo en El Salvador, período 2005-2014.....	32
Gráfica 3. Producto Interno Bruto (Precios corrientes y constantes de 2005) y variación anual. Período 2005-2014.....	33
Gráfica 4. Ingresos promedios mensuales por hogar, EHPM-2014	35

Gráfica 5. Brecha Urbano-Rural del Ingreso real Per cápita Mensual por departamentos. (Años: 2000, 2004 y 2009).	36
Gráfica 6. Remesas reales por Hogar Mensual por departamentos. (Años: 2000, 2004 y 2009).	37
Gráfica 7. Inversión Pública a precios corrientes y constantes de 1990, período 2005-2014.....	38
Gráfica 8. Porcentaje de participación de ingresos turísticos en el PIB/Número de turistas y excursionista, período 2005-2014	39
Gráfica 9. Edad de los encuestados en el municipio de San Lorenzo.	91
Gráfica 10. Género de los encuestados en el municipio de San Lorenzo.....	92
Gráfica 11. Tiempo de residencia de los encuestados en el municipio de San Lorenzo.	93
Gráfica 12. Nivel de escolaridad de los encuestados del municipio de San Lorenzo.	94
Gráfica 13. Actividades económicas de los encuestados del municipio de San Lorenzo.	95
Gráfica 14. Ingreso mensual de los encuestados del municipio de San Lorenzo.	96
Gráfica 15. Empleo que poseen los encuestados del municipio de San Lorenzo.....	97
Gráfica 16. Personas encuestadas del municipio de San Lorenzo que conocen la estrategia.	98
Gráfica 17. Grado de representación del producto y/o servicio de la estrategia UPUP.	99
Gráfica 18. Habitantes que conocen marcas representativas del municipio.....	100
Gráfica 19. Beneficios a los productos emblemáticos por la creación de la marca.....	101
Gráfica 20. Conocimiento por parte de los encuestados de los programas de capacitación implementados con la Estrategia UPUP.	102
Gráfica 21. Percepción de los encuestados sobre los centros de salud en el municipio.....	103
Gráfica 22. Evaluación de la calidad del servicio de agua potable en el municipio de San Lorenzo	104
Gráfica 23. Zonas naturales protegidas en el municipio de San Lorenzo	105
Gráfica 24. Edad de los encuestados en el municipio de El Congo.	106
Gráfica 25. Género de los encuestados en el municipio de El Congo.	107
Gráfica 26. Tiempo de residencia de los encuestados en el municipio de El Congo.....	108
Gráfica 27. Nivel de escolaridad de los encuestados en el municipio de El Congo.....	109
Gráfica 28. Actividad económica en el municipio de El Congo.....	110
Gráfica 29. Ingreso mensual de los encuestados del municipio El Congo.....	111
Gráfica 30. Empleo que poseen los encuestados en el municipio de El Congo.....	112
Gráfica 31. Encuestados del municipio de El Congo que conocen la Estrategia.....	113

Gráfica 32. Es representativo el servicio turístico del municipio.....	114
Gráfica 33. Encuestados que conocen marcas representativas del municipio	115
Gráfica 34. Beneficio a los productos y/o servicios emblemáticos por la creación de la marca.....	116
Gráfica 35. Conocimiento por parte de los encuestados de los programas de capacitación implementados con la estrategia UPUP.....	117
Gráfica 36. Percepción de los encuestados sobre los servicios de salud en el municipio.....	118
Gráfica 37. Evaluación del servicio de agua potable en el municipio de El Congo	119
Gráfica 38. Zonas naturales protegidas en El Congo	120
Gráfica 39. Edad de los encuestados en Concepción Quezaltepeque	121
Gráfica 40. Género de los encuestados en el Municipio de Concepción Quezaltepeque.....	122
Gráfica 41. Tiempo de residencia de los encuestados en el municipio de Concepción Quezaltepeque...	123
Gráfica 42. Nivel de escolaridad de los encuestados en el municipio de Concepción Quezaltepeque	124
Gráfica 43. Actividades económicas de los encuestados del municipio de Concepción Quezaltepeque..	125
Gráfica 44. Ingreso mensual de los encuestados en el municipio de Concepción Quezaltepeque.	126
Gráfica 45. Empleo que poseen los encuestados en el municipio de Concepción Quezaltepeque.	127
Gráfica 46. Personas encuestadas del municipio de Concepción Quezaltepeque que conocen la estrategia.....	128
Gráfica 47. Grado de representación del producto y/o servicio de la Estrategia en el municipio de Concepción Quezaltepeque.....	129
Gráfica 48. Habitantes que conocen marcas representativas y/o de los productos del municipio de Concepción Quezaltepeque.....	130
Gráfica 49. Beneficios a los productos emblemáticos por la creación de la marca.....	131
Gráfica 50. Conocimiento por parte de los encuestados de los programas de capacitación implementados con la Estrategia UPUP.	132
Gráfica 51. Percepción de los encuestados sobre los centros de salud en el municipio.....	133
Gráfica 52. Evaluación del servicio de agua potable en el municipio de Concepción Quezaltepeque	134
Gráfica 53. Zonas protegidas en el municipio de Concepción Quezaltepeque	135

LISTADO DE DIAGRAMAS

Diagrama 1. Componentes del Índice de Desarrollo Humano.	16
Diagrama 2. Articulación Nacional del Movimiento OVOP	69

Diagrama 3. Ruta de procesos del movimiento Un Pueblo Un Producto.....	74
Diagrama 4. Articulación de los actores- UPUP a nivel nacional.....	83

MAPAS

Mapa 1: Municipios del El Salvador que participan en la estrategia Un Pueblo Un Producto.	67
Anexo 3. Mapa de municipios en situación de Extrema Pobreza en El Salvador.....	156
Anexo 6. Mapas de los municipios en estudio.....	169
Mapa N° 2. División política del municipio de San Lorenzo	169
Mapa N° 3 División política del municipio de El Congo.....	170
Mapa N° 4. División política del municipio de Concepción Quezaltepeque.....	171

ORGANIGRAMA

Organigrama 1. Estructura Movimiento Un Pueblo Un Producto en El Salvador.....	72
--	----

RESUMEN EJECUTIVO

En El Salvador a lo largo de los últimos diez años, se han tratado de implementar diversas medidas de política económica, las cuales pretenden apalejar los principales problemas que aquejan al país; sin embargo es notorio observar que estas medidas no han sido suficientes para solucionarlos.

Desde los años 90's el crecimiento económico presentaba comportamientos oscilantes y en promedio muy bajos en comparación a otros países, ya que en ninguno de los últimos quince años, se ha logrado crecer a tasas per cápita superiores al 3%, lo cual es deficiente en comparación con el resto del mundo, en promedio el PIB per cápita promedio mundial es de (1.96%) y El Salvador tiene un promedio de crecimiento de apenas un (0.93%), otro aspecto importante de mencionar es la enorme brecha que existe en los niveles de ingresos, lo que muestra una alta desigualdad y puede observarse al comparar los índices de desarrollo humano de El Salvador con el resto del mundo, posicionándonos en el lugar N°103 en promedio, lo que nos lleva a pensar que hace falta mejorar el nivel de desarrollo en el país.

Como un intento por apostarle al crecimiento económico, se diseña una estrategia enfocada a promover de forma sostenible el Desarrollo Económico Local, referida a un proceso de concertación de diversos actores, como los gobiernos locales, la sociedad civil organizada y el sector privado, con el propósito de mejorar la calidad de vida de la población, mediante la creación de más empleos y la dinamización de la economía de un territorio definido. Se trata de un proceso ampliamente participativo de todos los sectores, que promueve alianzas público-privadas en un territorio con el fin de estimular la actividad económica local. Exige el diseño de una visión en común y la implementación permanente de una estrategia de desarrollo, utilizando los recursos locales (desarrollo endógeno) y el desarrollo de ventajas competitivas en un contexto global. Además requiere crear y fortalecer la institucionalidad local de gestión, fortalecer las competencias en la población, la creación de un ambiente favorable de negocios para la atracción de inversiones y la creación de nuevas empresas, promoción de la competitividad de las empresas y la generación de ventaja competitiva regional. Es decir, se necesita la construcción de una visión y estrategia común del desarrollo territorial.

Esta investigación se centró en la evaluación de la estrategia Un Pueblo Un Producto, como una técnica enfocada a promover y generar desarrollo económico local, a través de la promoción de las pequeñas y medianas empresas en mejorar la calidad de vida de los habitantes de las localidades propiciando el

desarrollo de las capacidades que posibiliten dar mayor valor agregado a sus recursos, con el fin de promover su identidad, el respeto por la cultura local, el sentido de pertenencia y el sentimiento de orgullo.

Este Movimiento al estar desarrollándose en más de 30 países, ha motivado la creación de una base de integración internacional, a través de la puesta de sus productos en los respectivos mercados; locales, regionales, nacionales e incluso internacionales, posibilitando de esta manera diversificar la oferta exportable, así como una amplia red de intercambio de información.

Con la ayuda directa de CONAMYPE, institución encargada de la puesta en marcha y coordinación de la estrategia, se pudo iniciar la investigación, facilitando el acceso a la información y el acercamiento con los líderes en los diversos municipios en estudio.

Se hizo un muestreo de selección al azar y avalado por CONAMYPE de tres municipios con diferentes rubros y actividades económicas; San Lorenzo con la producción de Jocote barón rojo, El Congo como un atractivo turístico y Concepción Quezaltepeque con la producción de hamacas.

Con el objetivo de realizar una evaluación precisa de la estrategia se utilizaron varias herramientas estadísticas para la recolección de la información, las encuestas fueron pasadas a los habitantes de los municipios para conocer el impacto que ha tenido la estrategia en la localidad, y las entrevistas a los principales actores involucrados como el director de CONAMYPE, alcaldes, principales productores y empresarios, representantes de la estrategia en los municipios, entre otros. También se creó un índice de resultados obtenidos para analizar el comportamiento directo de la estrategia en cuatro pilares fundamentales, los cuales son: Dimensión humana, social, económica y ambiental.

Los resultados de los índices calculados para las cuatro dimensiones, han permitido observar las fortalezas de la estrategia aunque aún hay deficiencias en el progreso económico del desarrollo económico local y pese a los esfuerzos que se han hecho por tratar de mejorar las condiciones de vida de los habitantes de los municipios, aún hay varios aspectos que deben mejorarse, no obstante lo anterior la implementación de la Estrategia UPUP ha mejorado el desarrollo económico local en los tres municipios que se realizó la investigación.

INTRODUCCIÓN

Con el paso del tiempo y a través de los años, se ha logrado identificar el Desarrollo Económico Local (DEL) como un proceso que representa un reto y un desafío para los países de América Latina y se han diseñado diferentes estrategias a nivel mundial para poder alcanzarlo; los resultados que se pueden obtener, varían dependiendo de la consolidación de los pilares que lo conforman, y la integración o armonía que exista entre los actores que participan.

Los actores involucrados abarcan, desde entidades gubernamentales a través de los ministerios, organizaciones no gubernamentales, entidades internacionales, de forma protagónica también los gobiernos locales de los territorios en los cuales se pretende promover el DEL, los productores, empresarios, artesanos, comerciantes y la población en general, quienes se ven directa o indirectamente beneficiados y buscan que se traduzca en mejorar las condiciones de vida de la población.

En las últimas décadas se ha analizado el tema de desarrollo endógeno como vínculo con el desarrollo económico, ya que pretende potenciar la actividad económica de un determinado territorio haciendo uso de sus recursos naturales, humanos y materiales con los que cuenta. Por lo que hablar y comprender el concepto de desarrollo endógeno constituye una parte importante para lograr comprender el sentido del DEL.

El DEL se puede definir como un proceso de crecimiento y cambio estructural que, mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en un territorio, conduce a elevar el bienestar de la población de una localidad o una región. Desde la perspectiva de la OIT, se tomara de base el concepto de DEL, el cual es definido como: *“un proceso de desarrollo participativo que fomenta los acuerdos de colaboración entre los principales actores públicos y privados de un territorio, posibilitando el diseño y la puesta en práctica de una estrategia de desarrollo común a base de aprovechar los recursos y ventajas competitivas locales en el contexto global, con el objetivo final de crear empleo decente y estimular la actividad económica”*.

En América Latina la búsqueda por conseguir el DEL ha sido constante, diversas estrategias han sido implementadas, unas con mejores resultados que otras, El Salvador no es la excepción en la búsqueda de alternativas que ayuden al desarrollo económico del país y por ello la creación de políticas mediante las cuales se lleven a cabo diversos proyectos y/o programas enfocados específicamente en las regiones o localidades de forma directa.

Cada localidad o territorio se caracteriza, por una determinada estructura productiva, un mercado de trabajo, una capacidad empresarial y tecnológica, una dotación de recursos naturales e infraestructuras, un sistema social y político, y una tradición y cultura, sobre los cuales se articulan los procesos de DEL. En un momento histórico concreto y por iniciativa propia, una ciudad, o región puede emprender nuevos proyectos que le permitirán iniciar un camino de desarrollo competitivo. La condición necesaria para que aumente el bienestar local es que exista un sistema productivo capaz de generar economías de escala mediante la utilización de los recursos disponibles.

Por lo que surge la idea de implementar una estrategia orientada a fomentar y generar no solo DEL, sino también enfocada a promover un aspecto de cultura e identidad propia de una región, en donde los municipios sean capaces de ser reconocidos nacional e internacionalmente por algún producto o servicio específico; la Estrategia Un Pueblo Un Producto, tiene como objetivo propiciar el DEL de una región, a través de la promoción de un producto que sea propio del lugar o región y sea capaz de producirse de forma sostenida. Esta estrategia tiene antecedentes de excelentes resultados en Japón (país de origen de la estrategia) y también ha tenido resultados satisfactorios en diferentes partes del mundo tanto países desarrollados como sub desarrollados que la han implementado.

Es así como surge la idea de evaluar los resultados que la estrategia ha tenido en El Salvador, mediante el trabajo que se desarrolla a continuación; se estudió en primer lugar las diversas teorías económicas que están relacionadas con la estrategia, las cuales alimentan la base teórica de la investigación, así como los antecedentes de la estrategia, y como esta comenzó a expandirse a nivel mundial mediante la participación activa del Gobierno de Japón con la Agencia de Ayuda Internacional JICA. La metodología utilizada fue la selección al azar de tres municipios que han implementado la estrategia en el país, y se realizó un estudio de campo que hizo necesario un sondeo de la población acerca de la opinión y el conocimiento que tienen sobre la estrategia y los cambios y evolución que han percibido gracias a ella; este sondeo se realizó mediante la utilización de diversos instrumentos estadísticos, como las entrevistas dirigidas a actores involucrados como representantes del movimiento UPUP en los municipios, empresarios, comerciantes, y también se pasaron encuestas que fueron dirigidas a la población en general.

La importancia que tiene el DEL, delimitándolo a un territorio, ya sea municipio, región o departamento, es el aporte que puede llegar a generar, impulsando la reactivación de la economía local, el aumento de los ingresos y la generación de empleo de la mayoría de los pobladores, el incremento de la productividad, la

mejora de la calidad del empleo y la ampliación de la recaudación e inversión, todos estos elementos inciden de forma directa en la trascendencia de la investigación.

Básicamente la investigación está dividida en cinco partes, en el primer capítulo se describen las teorías vinculadas al DEL, como el desarrollo endógeno y la teoría de los actores, para sentar las bases de fundamentación teórica de la investigación.

En el segundo capítulo se analiza el panorama económico nacional, las políticas que se han implementado durante el periodo 2005-2014 y se detalla la ayuda internacional que ha recibido El Salvador para el desarrollo económico; también en este mismo apartado, se describe la situación económica local, los programas de desarrollo económico que se han implementado, el financiamiento que se ha tenido para dichos programas, y se hace un análisis sobre algunos indicadores de desarrollo humano.

El tercer capítulo está compuesto por el desarrollo y la experiencia de la estrategia Un Pueblo Un Producto, tanto a nivel internacional, sus orígenes y como se expandió hacia América Latina, llegando al desarrollo de la estrategia en El Salvador; la implementación en los primeros municipios como prueba piloto, agentes involucrados, metodología de selección de los pueblos y la institucionalización de la estrategia a nivel nacional. También se presenta la evaluación de la estrategia, comenzando por la caracterización de los tres municipios en estudio y el desarrollo de los productos emblemáticos de cada uno de ellos, estos municipios son El Congo, San Lorenzo y Concepción Quezaltepeque; se verifica la articulación de los actores en la estrategia, también se hace un estudio sobre las capacitaciones que imparten las entidades de apoyo, al final de este capítulo se evalúan los resultados obtenidos de las encuestas y entrevistas por medio de los indicadores de desarrollo local.

En el cuarto y último capítulo se hacen una serie de conclusiones de los resultados y de la experiencia en general, al tiempo que se concluye si se han cumplido las hipótesis de trabajo, se proponen recomendaciones que ayuden a mejorar los puntos débiles o deficientes que afectan los resultados. Todo ello con la finalidad de proponer mejores resultados a la estrategia, para ayudar a cumplir el objetivo de llevar el desarrollo económico local a los municipios de El Salvador.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

I.1 Teorías del Desarrollo

El desarrollo local en adelante DL, es una corriente de pensamiento que ayuda a estructurar mejores políticas económicas de desarrollo; es por ello que se convierte en una necesidad dentro del presente trabajo, establecer un marco teórico que sirva al lector a comprender el planteamiento que se presenta.

El tema del desarrollo es y sigue siendo importante en los procesos de investigación y en las áreas académicas, dada su profundidad. En este trabajo tomaremos aquellos aspectos que forman parte del fundamento que destacará el DL como un instrumento que se utiliza en las políticas económicas que sirven en un contexto favorable al bienestar de las familias.

I.1.1. Teoría del Desarrollo Local

Los primeros movimientos y teorías del desarrollo local surgen en Europa, sobre todo, en Francia, concibiéndose un desarrollo desde abajo hacia arriba, sobre la base de los recursos y las potencialidades endógenas, para superar la dependencia del mercado global.

Esta teoría surge a mediados de los 70¹, se expande en Sudamérica en los 80 y llega a territorio Centroamericano a inicios de los 90; Surge en las regiones ricas e industrializadas que convivían con regiones pobres y marginadas del proceso de inversión y comercio global. Nace con la idea de acceder al desarrollo sobre la base de los recursos y potencialidades locales, y no depender del exterior. En el contexto de la crisis que sufrieron los países industrializados en los años setenta, particularmente hacia fines de la década, comienza a hablarse de desarrollo local. Un discurso cada vez más generalizado se centra en el concepto de "iniciativa local". Dentro de la crisis del modelo económico de planificación capitalista centralizada, el desarrollo local se plantea como un instrumental para compensar los efectos económicos, y evolucionar a un cuerpo teórico con múltiples dimensiones y áreas de trabajo.

La definición, diseño y promoción de iniciativas y estrategias, han recibido un fuerte apoyo de organizaciones internacionales como OCDE, la Comisión de la Unión Europea, el Programa de las

¹ Díaz Argueta, Julio César, Reflexiones sobre el desarrollo local y regional, pág. 15.

Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la Organización Internacional del Trabajo (OIT), y el Banco Mundial. Aunque sus propuestas hayan sido utilizadas, a veces, de manera ambigua, han ejercido un influjo importante en el cambio de las políticas de empleo, políticas industriales, políticas tecnológicas y, de las de desarrollo².

En los años 80's, cuando Europa estaba sumida en un fuerte proceso de ajuste y reestructuración productiva, se pusieron en marcha las primeras iniciativas de desarrollo local y la OCDE inicio, a partir de julio de 1982, un programa de cooperación y acción dirigido a las iniciativas locales de empleo que pretendían el intercambio de experiencias y de información sobre el desarrollo de las empresas, el empleo local y el suministro de asistencia técnica a los países miembros cuando ejecutaron programas de reestructuración y ajuste productivo. El Programa para el Desarrollo Económico y el Empleo (LEED) ha ampliado y reforzado esta línea de trabajo, desde la mitad de los años 90's, bajo el impulso del Servicio de Desarrollo Territorial, ofreciendo servicios que estimulen la capacidad empresarial y la creación de empleo³.

La promoción de estas iniciativas locales de empleo en la Unión Europea ha sido, más pragmática y más eficaz que la de la OCDE. Tiene un planteamiento orientado a la acción a través de la financiación de proyectos específicos de desarrollo, y a ese fin, pone parte, de los recursos de los fondos estructurales, el Fondo Europeo de Desarrollo Regional y el Fondo Social Europeo. Así, en las últimas décadas, la comisión europea ha apoyado la financiación de iniciativas como los Centros de Empresas e Innovación y ha adoptado medidas que favorecen el intercambio de los productos de las pequeñas y medianas empresas⁴.

En los primeros años de la década de los 90's se inicia un cambio importante en el compromiso de los organismos internacionales con presencia activa en los países en desarrollo, adoptando estrategias y formas de gestión más cercanas a los nuevos enfoques del desarrollo económico. Las instituciones internacionales que se ocupan de América Latina han mostrado un interés creciente por las cuestiones de desarrollo local; sobre todo debido a que la descentralización y la modernización de los gobiernos locales han creado las condiciones para implementar un enfoque de desarrollo desde abajo como una estrategia

² Vásquez Barquero, Las Nuevas Fuerzas del Desarrollo, Capítulo I, pág. 18.

³ *Ibíd.*

⁴ *Ibíd.*

viable para el crecimiento de las ciudades y regiones. Así, la CEPAL ha mostrado interés por conocer la relevancia y significación de las iniciativas locales en América Latina, la conclusión más importante es que en todos los países latinoamericanos han proliferado iniciativas locales muy adaptadas a las condiciones económicas, políticas e institucionales de cada país.

Es necesario destacar dos tipos de prácticas que, antes de los ochenta, fueron modelos, existen en la actualidad en el contexto del desarrollo local, estos son⁵:

- Cada ministerio creaba su entidad equivalente en lo local. El desarrollo se concebía como un paso del atraso a la modernidad, conllevaba hacer principalmente proyectos de infraestructura. Era un proceso que se inducía desde el centro hacia la periferia. Implicaba un cambio cultural de sociedades y comunidades atrasadas a modernas.
- La reducción de la problemática del DL a la descentralización y al fortalecimiento institucional de la municipalidad. Así el DL es el desarrollo de la municipalidad, y de otras instituciones locales.

En el ámbito de las instituciones del sistema de Naciones Unidas en centroamérica y su respectiva estrategia se establece el concepto de desarrollo local como el proceso de promover el cambio social y la lucha contra la pobreza. El objetivo único es combatir la pobreza para consolidar la paz, afianzar la democracia y viabilizar el desarrollo económico sostenible.

Los primeros intentos de establecer un concepto de desarrollo no pudieron dejar fuera la idea de que existen países retrasados, en cuanto a condiciones existentes en el país y en el nivel de modernismo de los mismos. La simplificación de la expresión Desarrollo Económico Local a Desarrollo Local es el avance hacia una visión más integral, multisectorial y multidimensional, además de un cambio sobre los protagonistas del desarrollo.

Para algunos autores, como Albuquerque, el DL no es únicamente desarrollo municipal. El sistema productivo local, que incluye entre otros elementos, el conjunto de relaciones y eslabonamientos productivos y comerciales relevantes para explicar la eficiencia productiva y competitividad de la base

⁵ Umaña Cerna, Carlos, Síntesis regional: Tendencias y actores del desarrollo local en Centroamérica, pág. 4.

económica de un determinado territorio, no tiene por qué coincidir con las fronteras o delimitaciones administrativas de un municipio o provincia, afirmando por tanto que: DL puede contemplar no sólo desarrollo endógeno ya que muchas iniciativas de desarrollo local se basan también en el aprovechamiento de oportunidades de dinamismo exógeno. Lo importante es saber "endogeneizar" dichas oportunidades externas dentro de una estrategia de desarrollo decidida localmente.

En la actualidad el concepto de DL toma en cuenta la importancia de los factores endógenos en el proceso de desarrollo, enfocados en la satisfacción de necesidades de las mayorías y el aumento de la calidad de vida humana en el ámbito local⁶.

La construcción del DL se sustenta en cuatro principios metodológicos fundamentales⁷:

1. Creación de consensos entre las tres fuerzas principales: mercado, estado y sociedad civil. Cabe mencionar que la sociedad civil está integrada por distintos sectores y comunidades organizados, con intereses diferentes y hasta contradictorios.
2. Identificación de conductores del proceso y no de beneficiarios.
3. Promoción de políticas y estrategias integradas y centradas en el desarrollo humano.
4. Construcción de capacidades locales y promoción de oportunidades de desarrollo.

La teoría del desarrollo local, comprende otros factores que se presenta, con el fin de cumplir el horizonte de su penetración, la que conlleva y destaca elementos y otros conceptos que viabilizan su puesta en práctica; como los siguientes elementos que se desarrollan a continuación.

Los elementos claves, que contribuyen a un conocimiento común en su fundamento son⁸:

- 1. Identidad y diversidad en lo local: compartiendo un espacio y una historia.** Esto implica tener una conciencia de grupo con sentido de pertenencia e identificación, con un territorio determinado; e identidad histórica de grupo humano diferenciado de los demás, por experiencias compartidas en el pasado, un desafío y necesidad en el presente y un destino que afecta a todos en el futuro.

⁶ Salcedo, Diego. Una definición operativa del desarrollo local para El Salvador, Maestría en Desarrollo Local, departamento de ciencias políticas UCA. El Salvador 2005, pág. 68.

⁷ Umaña Cerna, Carlos, Síntesis regional: Tendencias y actores del desarrollo local en Centroamérica. pág. 99.

⁸ *Ibíd.*, pág. 112.

2. **Articulación de intereses y acciones para construir una fuerza social.** Esto implica madurez social proveniente de la experiencia histórica de los diferentes grupos sociales, para optar por el camino de la actuación conjunta, que el de la confrontación o el de la actuación individual. Esta articulación de intereses y de acciones, tiene como fin convertirse en una fuerza social con capacidad de impulsar los intereses locales que son comunes a todos.
3. **Un proceso endógeno de participación y concertación de actores locales.** Esta participación y asimilación interna es lo que hace que el proceso sea sostenible en el tiempo, y no dependiente de fuerzas que convoquen y mantengan el proceso desde lo externo. La exclusión o no participación de grupos sociales abre la posibilidad de conflictos internos.
4. **Una visión básica y estratégica compartida.** Esta articulación de intereses tiene como fin impulsar el bien común de los participantes y de una visión objetivo del territorio local que se estructura en una concertación de esfuerzos que se materializan en una estrategia. Dicha estrategia consiste en combinar esfuerzos para que todos los participantes ganen con el aumento del alcance potencial resultante de esa combinación de fuerzas, para construir un proyecto local.
5. **Construcción de capacidades locales.** Es generar procesos que se puedan auto sostener y crecer en la localidad, esto se aplica tanto a proyectos sociales como económicos. Significa desarrollar el capital humano y social de la localidad.
6. **La legitimidad del gobierno local para ser el coordinador del desarrollo local.** Esto significa que deben respetarse las instituciones locales democráticamente electas y el reconocimiento de los actores externos y nacionales coordinados con el gobierno local. Además, se debe evitar el impacto desarticulado de la agenda local por parte de la cooperación internacional o de las acciones de las ONG's.
7. **Empoderamiento local.** Empoderamiento en la capacidad organizativa interna de sus fuerzas sociales y de las capacidades locales reales, y a la vez en la incidencia política en las decisiones en el espacio nacional. El desarrollo local significa crecimiento del poder local.
8. **Un proceso de acumulación y capitalización interna.** Se debe establecer un proceso de acumulación interno que se recree y se sostenga por medio de las capacidades y recursos de los actores locales; el desarrollo económico local tiene como principal elemento el proceso de acumulación o capitalización en el espacio territorial de referencia.

Por tanto en este marco, el DL puede definirse “*como el proceso de la dinámica económica, social y política de una área geográfica específica -dentro las fronteras de una economía (país o nación) resultante del comportamiento, acciones e interacciones de los agentes (económicos, políticos, y sociales) que residen en el área geográfica y que tiene la finalidad de incrementar de forma sostenida, el nivel y la calidad de vida de los habitantes en dicha área geográfica, usando plena y eficientemente sus recursos humanos y no humanos*”⁹.

Estos procesos de DL adoptan tres grandes ejes conceptuales y metodológicos, siendo éstos: la participación, la educación y la producción¹⁰.

El eje de la participación se fundamenta en un autodiagnóstico orientado al análisis de las causas a problemas apremiantes para las comunidades, a partir de esto, los problemas se priorizan y con la ayuda de expertos en la materia se elaboran propuestas de solución y se define un plan de acción en el que se detallan los procesos identificando, los resultados esperados y, define responsabilidades y recursos locales y externos necesarios para lograr las soluciones.

El eje de la educación implica que el aprendizaje se debe adecuar a las realidades y necesidades de los participantes, debe estar enfocado a los procesos que le interesan a la comunidad y a los temas que han surgido durante el diagnóstico.

El eje de la producción se debería fundamentar en la satisfacción de las necesidades humanas de las poblaciones locales, a partir del fortalecimiento de las capacidades productivas y empresariales de los agentes locales; como la apertura de nuevos productos con vista a ampliar el mercado local e iniciar la conquista de otros mercados nacionales e internacionales.

Operatividad del desarrollo local

Para que los programas de DL se lleven a cabo, estos deben surgir desde las potencialidades de las comunidades locales, que buscan satisfacer sus propias necesidades humanas, a partir del conocimiento de las nuevas oportunidades y desafíos existentes en este proceso. Esto puede lograrse al combinar y comprender los conceptos de la matriz de las necesidades humanas de Manfred MaxNeef, junto con el concepto del ordenamiento territorial. De esta manera, la aplicación, en un ámbito local, de

⁹ <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1252/concepto-local.html>.

¹⁰ Salcedo, Diego, *Op. Cit.*, pág. 72.

la metodología participativa utiliza la definición de la matriz de las necesidades humanas para guiar al proceso de investigación interdisciplinario en torno a la capacidad actual y potencial de los sistemas para la acción de las necesidades identificadas. Para ser exitoso en la operatividad esto requeriría de un diálogo permanente entre los actores del desarrollo local y un grupo de investigación interdisciplinario, que permita ir construyendo un conocimiento compartido sobre alternativas de desarrollo¹¹.

Una definición operativa del DL en El Salvador, implica adoptar un enfoque de desarrollo humano en el ámbito subnacional, regional y local, que conlleva medir el impacto de procesos, a través de indicadores estandarizados y comparables con el ámbito nacional e internacional, y a la vez un enfoque territorializado que permita articular a los actores en las distintas regiones del país a través de metas y objetivos comunes. Habrá que agregar en el caso del desarrollo local, que su éxito dependerá de la forma de articulación que se logre establecer entre los distintos actores al interior de un territorio para lograr definir un proyecto común, como de la capacidad de dichos actores de generar dinámicas económicas locales que logren insertarse en el contexto de la economía global. En otras palabras, se trata de procesos de desarrollo basados en los recursos y potencialidades propias de los territorios, y capaces de articular recursos y potencialidades fuera de sus territorios¹².

En esta disciplina el DL, se refiere a la mejora continua de la calidad de vida humana, partiendo de los factores internos de cada localidad, y su articulación con dinámicas en el ámbito regional, nacional e internacional. No está de más decir, aunque parezca obvio, que el desarrollo local lo hace cada persona miembro de una comunidad en su localidad. El punto importante a recalcar, en esta afirmación, es la responsabilidad que tiene cada miembro de la comunidad en la mejora continua de la calidad de vida de ellos y de las condiciones de vida colectivas, por tanto, la importancia que adquiere la participación y el compromiso de cada individuo dentro de su comunidad. En términos conceptuales, el DL requiere del impulso simultáneo de una diversidad de acciones, tales como el combate a la pobreza, el desarrollo político institucional, el ordenamiento territorial y la protección del medio ambiente, la dinámica empresarial y la producción¹³.

Este impulso se debe dar de una forma integral y coordinada, con amplia participación, y partiendo del principio de que los problemas deben ser resueltos al interior de la comunidad. Además, el componente

¹¹ *Ibíd.*, pág. 71.

¹² *Ibíd.*

¹³ *Ibíd.*

económico productivo se reconoce como el factor estratégico para su autodeterminación y el desarrollo sostenible de la localidad¹⁴.

Indicadores de desarrollo local

Se definen como indicadores de DL a los parámetros de medición que permiten evaluar, estimar o demostrar el progreso de una región o comunidad a través de las diferentes áreas de trabajo.

Estos indicadores permiten determinar la situación en la que se encuentran los habitantes de una región, su calidad de vida, así como los avances que se han presentado en materia de Desarrollo. Convirtiéndose en una herramienta de suma importancia, a la hora de evaluar los proyectos económicos de DL mostrando el impacto que generan en el nivel de vida de las personas, de igual forma permite formular políticas y programas sociales en las áreas deficitarias en las cuales hay que enfocar esfuerzos y recursos, así como también al momento de evaluar los resultados de dichas políticas.

Con lo anteriormente descrito, queda claro que, al referirse a los Indicadores de DL, se entenderá como la interacción entre los distintos componentes que permiten el fin último, entendido como la mejora de la calidad de vida humana en un ámbito territorial particular¹⁵.

En términos de indicadores que se utilizan para medir el DL, estos deberían ser “suficientemente amplios para incorporar las múltiples dimensiones del mismo, incorporando a la vez una serie de criterios para valorar su aproximación a los valores y principios que se consideren relevantes para la calidad de vida”¹⁶, por lo que se tomaran en consideración cuatro aspectos básicos: una dimensión humana, social, económica y medio ambiental.

En la siguiente matriz se detallan los indicadores que reflejan el comportamiento del DL, según la dimensión a la que pertenezca.

En el DL se pueden identificar al menos tres dimensiones: una económica, en la que los empresarios locales usan su capacidad para organizar los factores productivos locales con niveles de productividad suficientes para ser competitivos en los mercados; otra, es la sociocultural, en que los valores y las

¹⁴ *Ibíd.*, pág. 72.

¹⁵ *Ibíd.*, pág. 74.

¹⁶ *Ibíd.*

instituciones sirven de base al proceso de desarrollo; y finalmente, una dimensión político-administrativa en que las políticas territoriales permiten crear un entorno económico local favorable, protegerlo de interferencias externas e impulsar el DL”.

Tabla 1. Dimensiones del desarrollo local.

Dimensiones	Indicadores	Criterios
Humana	➤ Índice de Desarrollo Humano	Calidad de vida
Social	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tasa de alfabetismo ➤ Cantidad de centros de salud. ➤ Acceso a agua potable. 	Satisfacción de servicios básicos
Económica	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cantidad y Tipo de empresas. ➤ Inversión en nuevas industrias ➤ Índice de tasa de empleo. ➤ Ingresos familiares ➤ Inversiones en proyectos de áreas locales. 	Rentabilidad Equidad Calidad
Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cantidad de recursos naturales. ➤ Unidades ambientales. 	Sostenibilidad

Fuente: Diego Salcedo. “Una definición operativa del desarrollo local”, UCA, San Salvador.

En total se tienen once indicadores, los cuales se evaluarán según una puntuación asignada a cada uno de estos, dependiendo de la importancia que tengan para lograr desarrollo de las comunidades. Con lo anterior se logrará al final evaluar si los municipios en estudio han logrado desarrollo económico local mediante la estrategia Un Pueblo Un Producto.

El desarrollo humano como indicador de desarrollo local

Según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en El Salvador (PNUD), el punto de partida del "enfoque del desarrollo humano" es que "la verdadera riqueza de una nación está en su gente."¹⁷

El objetivo clave del desarrollo es la ampliación de la participación de su población en la estrategia, la cual solo es posible por la expansión de las oportunidades y de las capacidades. Por lo tanto, las personas pasan a ser consideradas como el foco central de la gestión y constituyen el fin hacia el cual deben ir dirigidos todos los análisis y políticas. Este enfoque usa indicadores de carácter multidimensional para medir las metas y logros, tales como el Índice de Desarrollo Humano (IDH), el Índice de Pobreza Humana (IPH), el Índice de Desarrollo relativo al Género (IDG) y el Índice de Potenciación de Género (IPG).

Una contribución del enfoque de desarrollo humano es que la calidad del crecimiento económico es tan importante como su cantidad. El concepto de desarrollo humano plantea que no existe un vínculo automático entre el aumento del ingreso y la ampliación de las opciones humanas. Aunque el ingreso crezca, si éste no es distribuido equitativamente, habrá grupos para los cuales las opciones económicas seguirán siendo iguales o aún más limitadas. Algo similar podría suceder si dentro del presupuesto de los gobiernos no se reconoce debidamente la prioridad que debe tener el acceso universal a los servicios sociales básicos (agua potable, educación, y salud).

El éxito que hasta ahora ha tenido el paradigma del desarrollo humano se debe fundamentalmente a dos cosas:

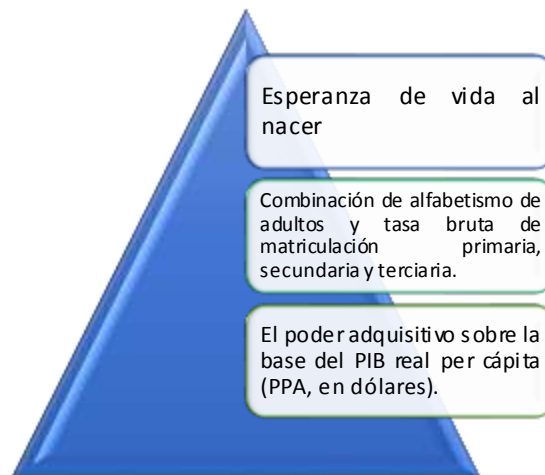
- 1) Haber introducido un indicador del desarrollo del mismo nivel de simplicidad que el Producto Interno Bruto (PIB) per cápita (un solo número), que no es ciego a los aspectos sociales de las vidas humanas.
- 2) Haber proporcionado oportunamente el enfoque multidisciplinario de desarrollo humano como una alternativa al enfoque economicista promovido por los partidarios del mercado libre.

¹⁷ Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Informe sobre Desarrollo Humano El Salvador 2003, San Salvador.

Índice de Desarrollo Humano en El Salvador

El Índice de Desarrollo Humano (IDH¹⁸), refleja tres dimensiones: la posibilidad de una vida larga y saludable para las personas, el acceso al conocimiento y el logro de un estándar de vida decente. Por lo que se encuentra relacionado con una serie de variables e indicadores obtenidos a partir de información del VI Censo de Población y V de Vivienda realizado en 2007.

Diagrama 1. Componentes del Índice de Desarrollo Humano.



Muchos de los síntomas directos del subdesarrollo pueden observarse fácilmente y medirse independientemente. La desnutrición, las enfermedades, el analfabetismo se encuentra entre los más graves y fundamentales que a un país le gustaría erradicar con su política de desarrollo¹⁹.

Como lo muestra el diagrama anterior, el Índice de Desarrollo Humano (IDH), está compuesto por tres dimensiones: esperanza de vida al nacer, el segundo componente es el porcentaje de personas que saben leer y escribir, como último componente la renta per-cápita.

¹⁸ Es el potencial de desarrollo humano, que se alcanzaría si todas las personas fuesen iguales y tuviesen las mismas oportunidades y acceso.

¹⁹ Ray, Debraj, Economía del desarrollo, capítulo 2: El desarrollo económico una visión panorámica.

Los actores en el desarrollo local²⁰.

El sistema de actores es la parte más importante del abordaje integral de lo local, ya que son las personas las que conocen su localidad y son las más interesadas en mejorarla. Además de ser el objeto del proceso de desarrollo, la persona es además el sujeto que debe asumir el compromiso y debe tener la voluntad de participar en el proceso de DL. Las organizaciones promotoras deben reconocerse a sí mismas como facilitadoras y orientadoras del proceso, y los sujetos más importantes del proceso son los miembros de cada localidad.

Se debe tener en cuenta la incorporación de nuevos actores, sean internos o externos, ya que conocen la región y su aporte siempre es importante, porque son parte de la localidad, y externos porque pueden contribuir con más recursos, sean técnicos, humanos o de otro tipo para mejorar el proceso de desarrollo. Los gobiernos locales pueden jugar un rol importante en proporcionar los recursos para realizar estas campañas involucrando a más actores.

La construcción de metas compartidas, podrá desarrollarse a través de herramientas de planificación participativa, definiendo objetivos comunes de trabajo entre los actores locales, lo que hace necesario la elaboración de la planificación de las necesidades propias de la localidad. Junto con el objetivo a largo plazo, se deben de establecer pequeños objetivos que permitan alcanzar metas a corto plazo, motivando con ello a continuar con el proceso.

El éxito del proceso de DL dependerá de la articulación que se logre establecer entre los distintos actores al interior de la localidad, así como de su capacidad, para generar que la economía local se vuelva dinámica para que logre insertarse en el contexto de la economía global; es decir, se trata de procesos de desarrollo basados en los recursos, capacidades y potencialidades propias de los territorios, a la vez, de articular recursos y potencialidades fuera de sus territorios. Cada miembro de la comunidad tiene responsabilidad en la mejora de la calidad de vida personal y de las condiciones de vida colectivas. Para lograr esto, es necesaria la conjugación permanente de tres elementos: la planificación, participación y ejecución de las acciones acordadas.

²⁰ Gallicchio, Enrique y Camejo, Alejandra, Desarrollo local y descentralización en América Latina -Nuevas Alternativas de Desarrollo, pág. 43.

Como ya se había planteado anteriormente el DL²¹ es un proceso complejo de interacción entre los actores sectores y fuerzas, en un territorio determinado, para impulsar un proyecto común que combine la generación de crecimiento económico, equidad, cambio social y cultural; sustentabilidad ecológica, enfoque de género, calidad y equilibrio espacial y territorial, con el fin de elevar la calidad de vida de cada familia y ciudadano o ciudadana que viven en un determinado territorio y contribuir al desarrollo del país y a una mejor inserción de éste en la economía internacional.

Según la óptica de la Fundación Nacional para el Desarrollo (FUNDE), es necesario tomar en consideración que para fortalecer el proceso de desarrollo económico local, se requiere de una actuación decidida y concertada entre diferentes actores no solo locales, sino también públicos y privados, con el objetivo de crear un entorno que fomente las actividades productivas, para utilizar en forma eficiente y sostenible los recursos endógenos; aprovechar el dinamismo de las actividades empresariales presentes en el territorio y las oportunidades que le ofrecen las dinámicas nacionales e internacionales.

El DL, según la Síntesis Regional²² de Carlos Umaña Cerna, es una materia de concertación entre los ciudadanos en un territorio, que se expresan por medio de sus organizaciones sociales, que representan sus intereses en lo que se denomina sociedad civil. A partir esto, reconocer que las instituciones públicas tienen un carácter instrumental al servicio de la ciudadanía y sus organizaciones; por lo tanto, se habla de actores reales que inciden y determinan el desarrollo local, tanto de una forma directa actuando al interior de un territorio específico, o en el ámbito nacional.

Dentro de un ámbito nacional, en los países de centroamérica se identifican seis tipos de actores claves, quienes de acuerdo a sus visiones ponen diferentes énfasis en el tema del desarrollo local a través de sus propuestas. Estos son: Instituciones que pertenecen al Gobierno Central, Gremios de municipalidades, Sociedad civil, Cooperación internacional, Instituciones vinculadas al sector privado, Centros académicos.

²¹ Enríquez Villacorta, Alberto, Desarrollo local y globalización: La rebelión de las diferencias, FUNDE, 1999, págs.60-61.

²² Fundaungo, Tendencias y Actores del Desarrollo Local en Centroamérica. San Salvador, 2002, págs. 131-150.

En el gobierno nacional o central se encuentran presentes cinco tipos de instancias, las cuales se detallan a continuación²³:

- Las direcciones de desarrollo de la comunidad: han sido regularmente las responsables de promover las asociaciones de desarrollo comunal y las diferentes instancias y niveles de segundo y tercer grado de estas asociaciones. Usualmente estas direcciones se encuentran ubicadas en los ministerios de gobernación, con una importancia relativa cada vez menor que en el pasado. En ciertos países su rol ha llegado a ser completamente marginal.
- Los Institutos de Fomento Municipal: se convierten en el canal principal de relación, asistencia técnica y crediticia con los gobiernos locales, así como en las entidades formuladoras de las políticas hacia el desarrollo local como ejemplo en El Salvador está el FISDL).
- Los Fondos de Inversión Social: se crearon, a principios de los 90's dentro de los programas de ajuste estructural, como canales de compensación a los efectos del ajuste y de atención a las áreas más pobres, que luego se precisó en los municipios más pobres. Usualmente se convierte en el canal de mayor incidencia del BID, en las políticas sociales de los Gobiernos, en la inversión de infraestructura local, y en los procesos de desarrollo local.
- Oficinas en las Casas Presidenciales, especializadas en la modernización del Estado y los procesos de descentralización: son los responsables de las políticas, estrategias, programas y anteproyectos de ley en materia de descentralización. Usualmente existe un comisionado de modernización o una Secretaría Técnica de la presidencia o ambas instituciones.
- Comisiones de asuntos municipales en las Asambleas Legislativas: es el foro institucional donde debaten los partidos políticos sobre la materia municipal, desarrollo territorial, descentralización y desarrollo local.

Lo usual en estas instituciones es que el DL se vea en función de su misión institucional y desde una perspectiva central. Así el DL frecuentemente se asimila con desarrollo comunal; descentralización, inversión en infraestructura a nivel local o combate a la pobreza. Sin embargo, en muchas de estas instituciones se han iniciado procesos de cambio conceptuales y de sus marcos lógicos, donde las instituciones centrales, se ven como facilitadores o acompañantes del desarrollo local, concebido como un

²³ Umaña Cerna, Carlos, *Op. Cit.* pág. 116.

proceso autónomo y centrado en las fuerzas locales. Estos cambios conceptuales son muy recientes, y estas mismas instituciones de vanguardia como el FISDL en el país, son criticadas en el sentido que en la práctica sigue pesando la fuerza de la costumbre.

En cuanto a los gremios nacionales de municipalidades la mayoría de estos está despertando hacia el concepto de DL. Es muy frecuente encontrar la reducción del concepto de desarrollo local al desarrollo institucional y administrativo de la municipalidad, o el desarrollo económico local, se entiende a veces como desarrollo financiero de la municipalidad. Aunque ciertos líderes gremiales de forma acertada afirman que, dentro de una distribución de responsabilidades, el rol natural de los gremios sería enfatizar el desarrollo institucional municipal como parte del desarrollo local en una visión amplia e integrada. En todo caso esto implicaría ubicar un concepto y rol específico en uno más amplio salvando las diferencias y espacios²⁴.

Un elemento poderoso para el DL son las asociaciones municipales conformadas como mancomunidades municipales. Estas de manera general están surgiendo con un concepto implícito en función DL, y es en este espacio donde más está floreciendo el concepto, de forma práctica y aplicada. En Centroamérica sobresale el caso de Honduras donde se ha institucionalizado y se está generalizando en estas instancias los gremios municipales.

En la sociedad civil el énfasis se encuentra en la participación ciudadana, en el empoderamiento de las organizaciones de base, en la contraloría ciudadana y en la institucionalización de la participación. Este énfasis en muchos casos lleva a un reduccionismo del desarrollo local, a procesos de organización de base y a luchas de plataformas reivindicativas, desconociendo la institucionalidad y el rol articulador de los gobiernos locales. En muchos casos la visión de la sociedad civil no ha pasado de una concepción asistencialista y proyectista del desarrollo local²⁵.

Sin duda el rol catalizador hacia una visión más moderna del DL lo están desempeñando las redes de desarrollo local, como agentes difusores de material valioso y producción de investigaciones. En esto hay que distinguir entre tres tipos de redes todas especializadas en DL: nacionales, regionales y virtuales.

²⁴ *Ibid.*, pág. 118.

²⁵ *Ibid.*, pág. 119.

- En los ámbitos nacionales sobresalen las contribuciones de la Red para el DL de El Salvador y la Red Nicaragüense para la Democracia y el Desarrollo Local.
- En el ámbito regional está la Federación de Municipalidades de Centroamérica FEMICA, La Red de Municipios construyendo democracia y poder local; la Red ALFORJA que lleva a cabo el Programa regional coordinado de educación popular el cual articula el trabajo de siete ONG'S de Centroamérica y México. Así mismo la Red de Educación Popular y Poder Local, REPPOL, que nació en 1994 en la " Asamblea General en la Habana, Cuba. Esta red está en un proceso de rearticulación y las principales actividades en que está involucrada en este momento son:
 - a) Elaboración de un paquete didáctico sobre el tema de poder local;
 - b) Realización de un curso latinoamericano sobre el tema, con énfasis en las propuestas y enfoques de la educación popular.
- A nivel virtual existen redes de carácter regional de apoyo e intercambio mutuo de información, estas son: Red Centroamericana para el Desarrollo Económico Local que se formó en apoyo a FLACSO. Centro de Recursos para el Desarrollo Sostenible en los Asentamientos Humanos de Centroamérica (CERCA), que cuenta con el área de comunicación e información del Sistema de Información para Comunidades y Municipios (SISCOM). Red de Desarrollo Municipal (RDM) del BID/RE2.

En relación a la Cooperación Internacional en las agencias bilaterales sobresalen: Las agencias Nórdicas; La Cooperación Alemana GTZ, la AID, el servicio Holandés SNV y la Cooperación Española AECL. Todos ellos poseen programas muy importantes de desarrollo municipal o de DL. En ellos es necesario resaltar su conciencia creciente sobre las consecuencias negativas de la cooperación internacional si esta no se articula dentro de una visión de desarrollo local. En esto es necesario reconocer la propuesta de DEMUCA sobre la necesidad de promover la formulación de políticas de DL y municipal en los países centroamericanos, a los cuales, se pliega la cooperación internacional. En este contexto, el BID y el Banco Mundial, son más recientes en arribar al tema del desarrollo local. Sin embargo, todos son conscientes sobre el impacto poderoso que desde ya está teniendo, en las políticas nacionales, la incorporación de la temática en sus prioridades²⁶.

²⁶ *Ibid.*, pág. 120.

Por lo que, al hablar de Desarrollo Económico Local en adelante DEL, este, no puede ser alcanzado con el esfuerzo exclusivo de un solo sector, institución o gremio, sea éste público o privado, ni tampoco con esfuerzos paralelos y desarticulados de varios actores. Por el contrario, se requiere de la participación concertada de dichos actores territoriales, para poder asumir un rol transformador de su propia realidad en el ámbito económico y producir genuinas estrategias y procesos de desarrollo económico local. Así, de manera conjunta, podrán también asegurar mejorar niveles de eficiencia, eficacia y flexibilidad de funcionamiento e incorporar con efectividad nuevas formas de organización que se alejen del burocratismo y se acerquen a las dinámicas del territorio; la estrategia un pueblo un producto incorpora estos elementos para su ejecución a la vez que tiene a su base tres principios básicos²⁷:

a) Pensar global actual local

El movimiento, un pueblo un producto, tiene como objeto incorporar en la comunidad una visión más allá de la localidad, que le permita pensar de forma amplia y diversa, aprovechando los recursos con que cuenta a fin de propiciar el desarrollo de productos y servicios tangibles e intangibles en función de la demanda de mercado nacional e internacional. Esta visión implica fortalecer la producción local, identificando los productos con potencial para su producción necesario para ser transformados con valor agregado y comercializados en un primer momento a nivel local, logrando niveles de calidad demandados en los mercados internacionales.

b) Autonomía y creatividad

Este proceso, busca promover la capacidad de transformación e innovación fundamentalmente de las personas sobre sus recursos locales, generando nuevos o mejores productos y servicios con identidad y orgullo.

c) Desarrollo de los recursos humanos

Por otra parte ubica al ser humano en el centro de la acción y busca desarrollar las capacidades de los actores locales que brindan productos y servicios de la localidad, siendo la formación del recurso humano lo que mejora la capacidad técnica, empresarial y organizativa incluyendo el fortalecimiento de liderazgos, para sentar las bases del DEL.

²⁷ CONAMYPE. Guía de implementación de la Estrategia de Desarrollo Económico Local "Un Pueblo Un Producto, El Salvador", 2015, pág. 7.

I.1.2. Teoría del Desarrollo Económico Local

A partir de 1991 cuando la nueva política de desarrollo se convierte en una línea de acción de importancia creciente en las organizaciones internacionales, se propone la promoción y creación de Agencias de Desarrollo Económico Local (ADEL), con el fin de promover la actividad económica y favorecer la mejora del nivel de vida de las poblaciones²⁸.

En las últimas décadas, se ha asistido a un cambio institucional de primera magnitud que ha propiciado la descentralización política y administrativa en todo tipo de países, lo que ha incidido sobre los mecanismos de desarrollo de las ciudades y regiones. La transferencia de competencia a las comunidades locales ha abierto el camino a las políticas de desarrollo endógeno. De esta manera, el desarrollo se convierte en un proceso que integra las iniciativas de los actores locales con las que surgen desde fuera, bajo el control de la sociedad local.

El DEL²⁹: Es un proceso de Transformación de la Economía y la Sociedad de un determinado territorio orientado a superar los obstáculos y exigencias de la competitividad y globalización económica, valorando e integrando el capital humano, económico, socio-institucional y ambiental, a fin de mejorar las condiciones de vida de hombres y mujeres de ese territorio.

El fin último del DEL, no es otro que lograr el mejoramiento del empleo y la calidad de vida de la población de la localidad o territorial; por lo tanto arribar a la equidad social; lo cual es posible lograr, será necesario alcanzar ciertos objetivos específicos; tal como lo menciona Francisco Albuquerque³⁰:

1. Transformación del sistema productivo local, incrementando su eficiencia y competitividad.
2. Fomento de la diversificación productiva local e incremento del valor agregado en las actividades económicas locales.
3. Sostenibilidad ambiental de las actividades locales.

²⁸ *Ibid.*, pág. 58.

²⁹ Se sustituirá el concepto de “Desarrollo Económico Local” por las siglas “DEL”.

³⁰ CURSO OIT; ESTRATEGIAS SOBRE DESARROLLO LOCAL; Francisco Albuquerque Llorens Instituto de Economía y Geografía, Consejo Superior de Investigaciones Científicas Madrid (España) Capítulo 5: Metodología para el Desarrollo Económico Local 2003.

El Desarrollo Local es un concepto más amplio que el DEL, porque abarca el desarrollo de una región que involucra desarrollo de las comunidades, social, ambiental, institucional y otro tipo de iniciativas locales encaminadas al bienestar de la población. Más bien DEL forma parte del proceso de desarrollo local con focalización a aspectos económicos; en el ámbito regional se complementan y encuentran sinergias para su realización y sostenibilidad.

Asimismo se diferencia del desarrollo económico, que es otro concepto más amplio de desarrollo a nivel de país, que abarca el ámbito general de política económica nacional y marco legal del empleo. DEL es un concepto territorial.

DEL es un proceso en marcha por medio del cual los actores clave y las instituciones de la sociedad civil, del sector público y privado trabajan conjuntamente para crear ventajas únicas y diferenciadas para su región y sus empresas, afrontan las fallas del mercado, remueven obstáculos burocráticos para los negocios locales y fortalecen la competitividad de las empresas locales para la generación de más y mejores empleos.

El DEL, es una estrategia cuyo objetivo primordial debe estar orientado a modificar el entorno productivo, social y territorial (urbano y rural) con el fin de incrementar la calidad de vida de la comunidad local; lo cual no puede lograrse con la participación exclusiva de un solo sector, institución o gremio; sino por el contrario, requiere el involucramiento, participación y protagonismo de los diversos actores y fuerzas vivas territoriales; asumiendo un rol transformador de su propia realidad en el ámbito económico y poder así ser más eficientes, eficaces con la flexibilidad en su funcionamiento que les permita innovar y trabajar más de cerca con la comunidad.

Para impulsar procesos de Desarrollo Económico Local, es indispensable contar además de los recursos propios del área o región, mismos que constituyen su potencial de desarrollo; se refiere básicamente a la mano de obra y a la cualificación de los recursos humanos.

El desarrollo económico local, entonces plantea el reto de saber articular los recursos existentes y potenciales y ponerlos al servicio de la población local, facilitando la satisfacción de necesidades y problemas básicos. Así mismo la estructura productiva y el mercado de trabajo local, al igual que la capacidad empresarial y tecnológica existente, las instituciones crediticias locales, estructura social y

política, los recursos naturales y el patrimonio histórico tanto como la cultura local; son elementos que permiten el DEL.

La infraestructura básica adecuada, ayuda al aprovechamiento de los recursos endógenos y hacen más atractiva una zona para la localización de actividades productivas. Contar con la infraestructura básica es sólo una condición necesaria, pero no suficiente, para asegurar el desarrollo económico local, ya que las infraestructuras estimulan el desarrollo local, pero no lo crean.

Las municipalidades tienen competencias importantes en la ordenación del territorio, la regulación del suelo industrial, las normas urbanísticas y ambientales, los polígonos empresariales y parques industriales, el abastecimiento de agua potable, los caminos y vías públicas, la recogida de basura, la prevención de incendios e inundaciones, vivienda para sectores desfavorecidos, y otros servicios, como educación, salud, deporte y cultura, que implican importantes inversiones en capital social fijo. De ahí la importancia de la coordinación interinstitucional y respeto a las competencias propias de los entes involucrados en el DEL.

I.1.3 Teoría del Desarrollo Endógeno

A inicios de los años ochenta surge el enfoque de Desarrollo Endógeno³¹, el cual tiene una visión de desarrollo a partir de las pequeñas ciudades o regiones; es decir, desde adentro, considerando al desarrollo como un proceso territorial, logrando con ello fortalecer la economía local de una determinada región; potenciando las capacidades de sus pobladores y aprovechando los recursos locales. Este enfoque, considera que las políticas de desarrollo son más eficaces cuando las realizan los actores locales.

Garofoli³², define el Desarrollo Endógeno de la manera siguiente: “la capacidad para transformar el sistema socio-económico; la habilidad para reaccionar a los desafíos externos; la promoción de aprendizaje social; y la habilidad para introducir formas específicas de regulación social a nivel local. Capacidad para innovar a nivel local”.

³¹ Nueva generación de pensadores cuyos pioneros son Romer, Lucas, Barro, Rebelo, entre otros; consideradas como “Nuevas Teorías neoclásicas del crecimiento o del crecimiento endógeno”.

³² El Desarrollo Endógeno como agente transformador en la economía social Venezolana 2012; pág. 85 .

Otro pensador que habla sobre desarrollo endógeno es Vázquez Barquero³³, y lo define como “un proceso emprendedor e innovador, en el que el territorio no es un receptor pasivo de las intervenciones externas sino que tiene una estrategia propia que le permite incidir en la dinámica general”. En esta concepción aparece un elemento muy importante, y es que el desarrollo endógeno tiene una estrategia propia para cada territorio.

Para este autor las fuerzas o mecanismos de la Teoría del Desarrollo Endógeno van más allá de la utilización eficiente de los recursos; para él, las fuerzas que lo impulsan son: Cambio y adaptación institucional, organización flexible de la producción, difusión de las innovaciones y del conocimiento y desarrollo urbano del territorio.

Por tanto debe entenderse como Desarrollo Endógeno aquel, cuyo fin es contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas en un determinado territorio (comunidad, ciudad, región, etc.), logrando una transformación institucional y productiva, al tiempo que desarrolla el recurso humano de la zona generando autonomía y creatividad en sus pobladores, los cuales deberán hacer uso racional de los recursos disponibles para producir bienes o servicios con valor mundial, manteniendo y fortaleciendo la identidad cultural que enorgullezca a la población.

Es fundamental mencionar que, dentro del contexto de desarrollo endógeno, se desarrollaran dos condiciones: La Industria Local Distintiva (ILD) y, Cadenas Globales de Mercancías (CGM) o Cadenas de Valor (CV); aspectos que a continuación explicaremos.

Una idea sobre la ILD se puede lograr mediante algunos autores que explican sobre este contexto; así como el economista Boisier³⁴, quien considera que los rasgos que caracterizan la endogeneidad con una visión territorial de desarrollo local son los siguientes:

- Capacidad local para ahorrar e invertir los beneficios generados por su actividad productiva en el propio territorio y promover el desarrollo diversificando la economía local.

³³ Di Pietro Paolo, Luis José, Hacia un desarrollo integrador y equitativo: una introducción al desarrollo local, pág. 26.

³⁴ Vázquez Barquero, Antonio. *Op. Cit.*, pág. 28.

- Capacidad local para impulsar y estimular el progreso tecnológico de la producción, a partir del sistema de innovación tecnológica.

A través del proceso del progreso endógeno, las ciudades y/o regiones, deben ser capaces de adoptar su propia estrategia de desarrollo y llevar a cabo las acciones necesarias para lograr los objetivos que la sociedad se ha trazado. Boisier sostiene que todo ello es posible cuando existe una cultura de identidad territorial que permite potenciar la competitividad de las empresas en la economía local, estimulando los activos intangibles: marcas, derechos de propiedad, denominación de origen, calidad organizativa, entre otros³⁵ activos que fortalecen la industria local.

A este efecto es necesario que las comunidades o pueblos sean capaces de desarrollar una industria local distintiva, para transformar los recursos con los que cuentan en productos o servicios de calidad, con características de identidad de los cuales puedan sentirse orgullosos y que representen su principal fuente generadora de empleos e ingresos.

Una industria local distintiva debe estar compuesta por un sistema de empresas articuladas, con altas capacidades productivas y competitivas en diferentes mercados; dichas industrias deben poseer las siguientes características³⁶:

- Sustentabilidad: aprovechamiento de los recursos naturales disponibles en la localidad,
- Transformación: capacidad de la industria local de agregar valor a los recursos naturales,
- Diversificación: capacidad de generar o aprovechar los recursos locales o el desarrollo de servicios, productos o subproductos,
- Carácter único: grado de diferenciación que tienen los recursos y productos locales en el mercado, definido a partir de factores culturales, de recursos naturales únicos, y el orgullo que siente la comunidad,
- Innovación: capacidad creativa de la industria local,
- Calidad: características inherentes de los productos que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas de los clientes,
- Potencial de mercado: capacidad de reconocer y satisfacer las necesidades crecientes del mercado.

³⁵ *Ibid.*

³⁶ CONAMYPE, *Op. Cit.*, 2015, pág. 25.

Será necesario al mismo tiempo construir un ambiente económico que favorezca el desarrollo de la ILD para ello, se debe trabajar en el entorno local y en la localidad misma, aspectos como: organización empresarial, gestión de la inversión, desarrollo de políticas de fomento de la ILD y en el involucramiento de instituciones de apoyo y generación de alianzas público-privado³⁷.

Las comunidades deben organizarse en su territorio, a través de comités, alcanzando relaciones estratégicas entre las empresas o productores locales, llevar a cabo análisis de mercado para el desarrollo de los productos o servicios a ofertar, logrando el posicionamiento de las empresas que conforman la industria local distintiva en los mercados a donde se presentan sus productos.

Las empresas que conforman la ILD deben trabajar en el desarrollo de marcas territoriales que se debe realizar mediante dos vías; la primera aborda las diferentes etapas productivas y de comercialización del producto o servicio, y la segunda, hacia afuera de ellas abordando la relación entre empresas, formando cadenas de valor.

Por otra parte, el enfoque de las Cadenas Globales de Mercancías (CGM) o Cadena de Valor (CV) ha surgido en la tradición de las teorías de la dependencia y del sistema mundial, tratando de explicar la dinámica del desarrollo en el contexto de la globalización (enfoque a tomar en cuenta con fines explicativos del desarrollo local).

La aplicación de la CV tiene énfasis en identificar las dinámicas globales, sus peligros y desafíos a fin de establecer claramente las oportunidades para la participación de los pequeños y medianos productores en mejores condiciones en dichas cadenas, los cuales suelen formar el eslabón o nodo más débil de la cadena.

Este enfoque surgió como un esfuerzo por entender las dinámicas de globalización, sus diversos vínculos y efectos en relación con la participación de actores de los países subdesarrollados; el análisis se concentra en las actividades de creación de valor agregado, su distribución y control en redes transfronterizas, en forma de cadenas de nodos que van desde la explotación de la materia prima, el primer procesamiento, a través de las distintas etapas de la producción, del comercio, los servicios y procesos de transformación hacia el consumo final y la disposición de los desechos.

³⁷ *Ibíd.*, pág. 26.

El análisis considera cuatro dimensiones, en principio o de manera sintetizada:

1. El sistema de producción insumo – producto, en la que se observan verticalmente los procesos de generación de valor que culminan en un producto final.
2. La ubicación geográfica que refleja el dinamismo de la asignación de los roles de la cadena, debido a las estrategias desarrolladas por empresas más influyentes, asociada con los espacios geográficos.
3. El contexto institucional y socio – político, que tiene impacto en la operación de las cadenas y el desarrollo de la competitividad de los actores que participan en esta.
4. El sistema de control de la cadena, el cual refleja el poder que tienen agentes claves para la organizarla y consecuentemente afectan al proceso de creación y distribución del valor.

A nivel mundial existen ejemplos de Desarrollo Endógeno, que toman en cuenta el enfoque de CV para alcanzar desarrollo local, una de estas es la estrategia impulsada por el gobierno de Taiwán mediante la Agencia de Cooperación Internacional de Japón JICA “Un Pueblo un producto”; este movimiento está presente en 71 países y se realiza con la cooperación del Gobierno del país favorecido, entidades públicas y privadas, y la cooperación de los habitantes de la zona. El objetivo de esta estrategia es impulsar el desarrollo sostenible principalmente en las zonas rurales a través de la mejora en el manejo, puesta en valor y transformación de sus recursos naturales y culturales, para elaborar productos competitivos que contribuyan a disminuir el problema de la pobreza en el país³⁸.

Países como los del sur de Europa, han llevado desarrollo local mediante, la generación de pequeñas empresas, ajustadas a la demanda de productos modernos, utilizando tecnología que les permiten competir en nichos de mercado. Normalmente, siguen estrategias basadas en la diferenciación de productos y en la rapidez de sus respuestas comerciales ante los cambios en la demanda³⁹.

Como se observa, la promoción del desarrollo local, cobra fuerza sobre la atención y aplicación de una nueva estrategia de cadena de valor.

³⁸ CONAMYPE, Estrategia Un Pueblo Un producto, año 2012.

³⁹ Vásquez, Barquero. *Op. Cit.* pág. 53.

CAPÍTULO II: PANORAMA ECONÓMICO DE EL SALVADOR Y DESARROLLO ECONÓMICO SOCIAL LOCAL.

II.1. Situación económica nacional

La inmersión del DL en el contexto de la economía global en El Salvador es de mucho interés en este apartado, ya que, mediante el análisis de algunas variables macroeconómicas, que muestran el panorama contemporáneo en donde se encuentra; se examinarán las que determinan el grado de desarrollo nacional y local.

II.1.1. Antecedentes y situación actual de la economía salvadoreña

El Salvador es un país de la región centroamericana, con una población total de 6,290,420 habitantes (hasta 2013)⁴⁰, posee una extensión territorial de 21,040.79 Km², caracterizado por poseer una población mayoritariamente joven, según la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), el 56.2% de la población es menor de 30 años; facilitando la renovación generacional en los ámbitos productivos y de la sociedad en general. La edad para trabajar en el país es a partir de los 16 años⁴¹, a nivel individual depende de las condiciones económicas de cada una de las familias y a nivel general se da este fenómeno por el subdesarrollo que afecta el país, lo cual obliga a muchos jóvenes a formar parte de los desempleados desde temprana edad y a incrementar las filas de la población migrante al exterior.

En cuanto a la Población Económicamente Activa (PEA)⁴², la cual es definida, como “*el grupo poblacional que realiza alguna actividad económica u ofrece su fuerza de trabajo al mercado laboral*”⁴³, se observa para el periodo 2005-2013, (periodo en estudio para el presente trabajo), en la gráfica 1- tabla de datos en anexo 1.

La PEA urbana es mayor que la rural; esto puede atribuirse a dos razones, la primera corresponde a la migración interna que se da hacia el área urbana, debido a la amplia oportunidad de trabajo en la ciudad

⁴⁰ DIGESTYC; Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples, 2013.

⁴¹ *Ibíd.*

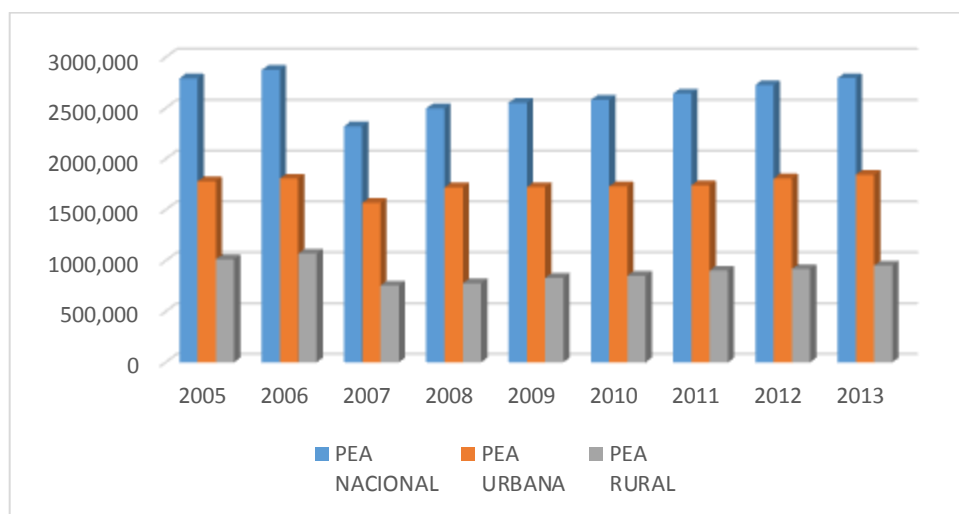
⁴² *Ibíd.*, pág. 9

⁴³ Tomado de las cifras poblacionales publicadas por la DIGESTYC, en la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples. Periodo 2005-2013.

como producto del crecimiento de sectores como la industria, servicios, construcción y comercio; así como también mejores oportunidades salariales⁴⁴ y más beneficios de carácter social.

La segunda causa, está relacionada a la migración externa que tuvo lugar durante el conflicto armado, que propició que muchas familias emigraran también hacia el extranjero. En la actualidad, los factores que influyen en mayor medida son la inseguridad ciudadana y la búsqueda de mejores condiciones de ingresos y prosperidad.

Gráfica 1. Población Económicamente Activa (Nacional, urbana y rural) en El Salvador, período 2005-2013.

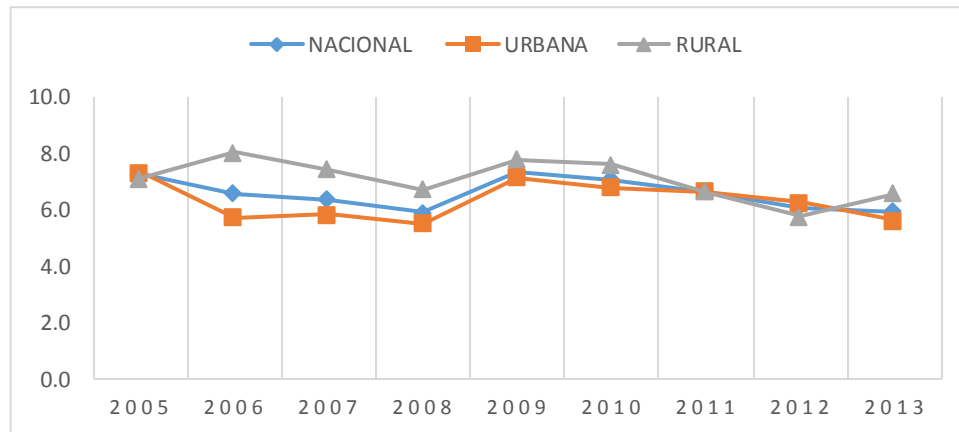


Fuente: Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples 2005-2013.

Por otra parte, las tasas de desempleo, consecuencia de lo anterior, se han mantenido durante el periodo de análisis en niveles relativamente constante como se puede observar en la siguiente gráfica.

⁴⁴ Según la OIT en sus notas sobre trabajo rural los salarios agrícolas son más bajos; alrededor del 50% menos en relación al comercio e industria.

Gráfica 2. Tasa de desempleo en El Salvador, período 2005-2014



Fuente: Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples 2005-2013, elaboración propia.

Para el año 2005 la tasa del desempleo del país fue de 7.2%, esto debido a incrementos en los niveles de desempleo generados en el sector de la construcción e industria manufacturera⁴⁵, dos importantes sectores en la economía nacional. En 2009, la tasa de desempleo subió levemente a 7.3% ya que se perdieron muchos empleos debido al impacto que tuvo la crisis internacional en el país.

Para este mismo año la Organización Internacional del Trabajo (OIT) señaló que el 80% de los trabajadores en el país carecía de un empleo permanente y que cerca del 60% se desarrollaba como trabajadores por cuenta propia⁴⁶.

El año 2010, según una publicación realizada por la OIT, la mayor parte de las personas desempleadas en el país eran jóvenes que acababan de finalizar sus estudios de bachillerato o universitarios, la tasa de desempleo a nivel nacional en ese año fue de 7%, sin embargo, se advierte que en la zona rural esta tasa era mucho mayor alcanzando el 7.6% lo que afectó de manera crítica el bienestar de las familias campesinas esto debido a la carencia de oportunidades en esas zonas.

A partir de 2011 el desempleo se redujo al 6.6%, gracias a que se contrataron 62,000 empleados en el sector público⁴⁷. Para los años 2012 y 2013 los cambios en la tasa de desempleo han sido insignificantes

⁴⁵ Lara López, Edgar, FUNDE. El Salvador una mirada a su situación económica y social, 2003, pág. 28.

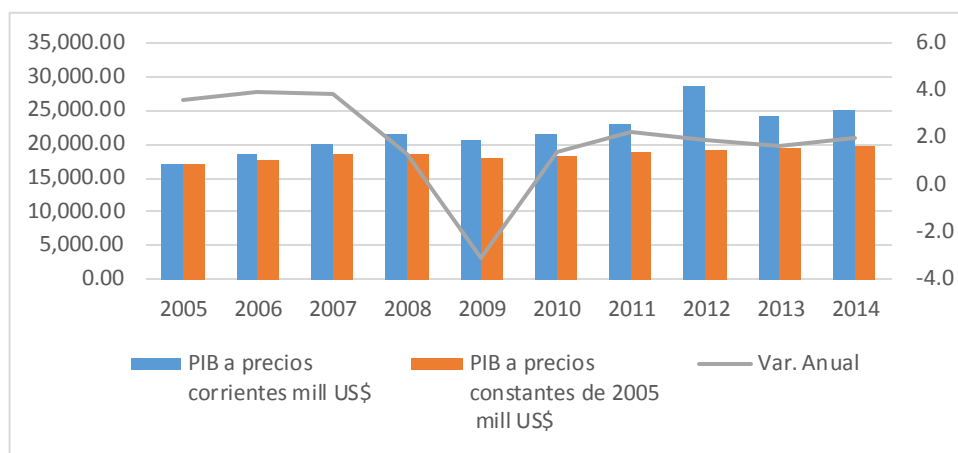
⁴⁶ <http://www.elsalvador.com/articulo/negocios/salvador-segundo-con-mas-desempleo-centroamerica-73468>.

⁴⁷ <http://www.archivocp.contrapunto.com.sv/coyuntura/analisis-2012-año-del-despegue-economico>.

y las causas en general que continúen en ese nivel es el lento ritmo de crecimiento en la actividad económica.

Se puede apreciar en el periodo de estudio, que la tasa de desempleo en el área rural es mayor que en el área urbana, básicamente porque los gobiernos locales (Alcaldías) no tienen un papel protagónico en la generación de empleos, no hay organismos o entidades que fomenten la inversión pública o privada que pueda crear empleos en la zona.

Gráfica 3. Producto Interno Bruto (Precios corrientes y constantes de 2005) y variación anual. Período 2005-2014.



Fuente: Base a Datos del Banco Mundial, elaboración propia.

En la gráfica 3 (Ver datos en anexo 2) se puede observar de forma conjunta, la evolución del PIB tanto a precios corrientes como constantes, también se establece la línea de crecimiento que permite apreciar el comportamiento promedio que ha tenido la producción nacional del país, durante el período 2005-2014.

Durante 2005 la economía salvadoreña registró un crecimiento de la actividad económica, como resultado de un buen desempeño del sector agropecuario, comercio y servicios. Por el lado de la demanda, fueron el consumo privado y la inversión bruta los que más contribuyeron al crecimiento⁴⁸.

⁴⁸ Banco Central de Reserva de El Salvador; Informes trimestrales de la situación económica de El Salvador, años 2004 y 2005.

En 2006 los sectores con mayor participación en el crecimiento fueron: Agropecuario, Comercio, Industria Manufacturera y Transporte y Comunicaciones.

La actividad económica durante 2007 mejoró gracias al aporte del crecimiento de los sectores Financiero, Agricultura y Comercio, que compensó la menor actividad de los sectores Minas y Construcción.

Durante 2008 el sector externo tuvo un desempeño positivo, específicamente en las exportaciones de bienes tradicionales y no tradicionales, aunque también se incrementaron las importaciones de bienes en parte por un mayor pago en la factura petrolera. Los ingresos por remesas familiares, evolucionaron positivamente con una tasa de crecimiento de 2.5% anual.

Los resultados económicos mostraron durante 2009 una menor actividad económica y el sector externo marcó un menor desempeño, tanto en las exportaciones tradicionales como no tradicionales. El resultado de inflación se mantuvo por debajo del registrado el año anterior.

Los resultados económicos de 2010 indican un crecimiento en las transacciones con el exterior, donde se evidencia un aumento de las exportaciones; especialmente de bienes no tradicionales. Se registró un incremento en la actividad económica, derivado del desempeño de los sectores: Agricultura, Manufactura, Comercio, Transporte y Financiero.

En 2011 la actividad económica de El Salvador, registrada por el IVAE (Índice de Volumen de Actividad Económica), se vio afectada por el impacto de la depresión tropical E-12 que afectó principalmente al sector agropecuario. Sin embargo, el resultado positivo fue respaldado por el crecimiento de las exportaciones, importaciones y el ingreso de remesas familiares.

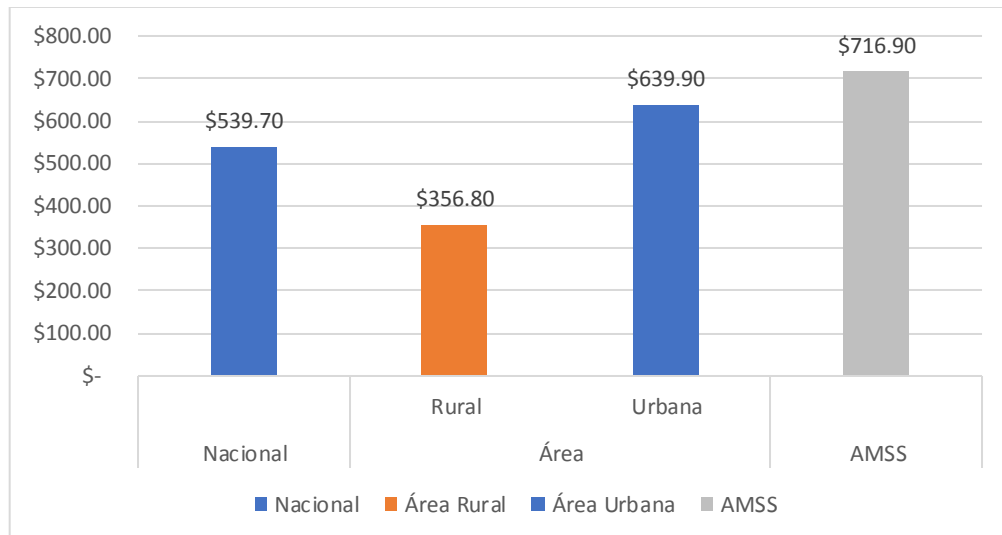
En 2012 la actividad económica presentó un dinamismo de los sectores: Comercio, Restaurantes y Hoteles e Industria Manufacturera, pero hubo poco crecimiento de las exportaciones debido principalmente a la caída de los precios internacionales del café.

En 2013 el crecimiento fue lento según el IVAE, aunque hubo dinamismo en las exportaciones no tradicionales y maquila.

Para el año 2014 la actividad económica mejoró principalmente por el buen desempeño del sector externo, exportaciones e importaciones disminuyeron, y dejó saldo positivo de las exportaciones netas⁴⁹.

Hasta el año 2014 el ingreso promedio mensual de los hogares a nivel nacional era de \$539.7, en el área urbana dicho promedio es de \$639.9 y en el área rural es de \$356.8; lo que indica que las condiciones de vida de los hogares del área rural, siguen estando por debajo de las condiciones en las que viven en el área urbana. Al hacer un análisis particular para el Área Metropolitana de San Salvador (AMSS), el promedio de ingresos del hogar es de \$716.9 estando por encima del promedio nacional.

Gráfica 4. Ingresos promedios mensuales por hogar, EHPM-2014

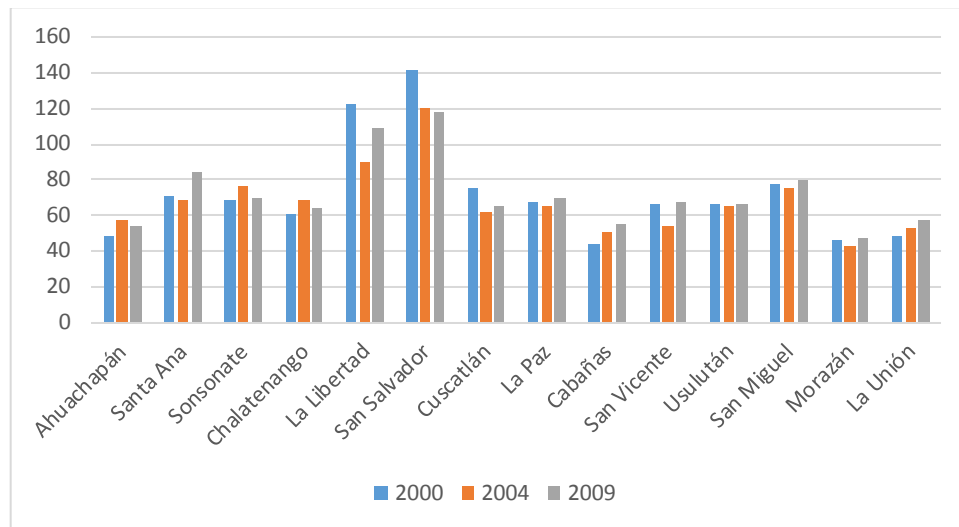


Fuente: base de datos EHPM, 2014

Al analizar el ingreso promedio mensual por departamento, los hogares ubicados en San Salvador y La Libertad, superan el promedio nacional con ingresos promedios de \$659.7 y \$612.2 respectivamente; mientras que los departamentos que presentan los ingresos más bajos son: Usulután con \$410.17 y Morazán con \$396.1.

⁴⁹ Banco Central de Reserva de El Salvador; Boletines Estadísticos Mensuales de enero de 2005 a diciembre de 2014.

Gráfica 5. Brecha Urbano-Rural del Ingreso real Per cápita Mensual por departamentos. (Años: 2000, 2004 y 2009).



Fuente: base de datos Informe de pobreza rural en El Salvador

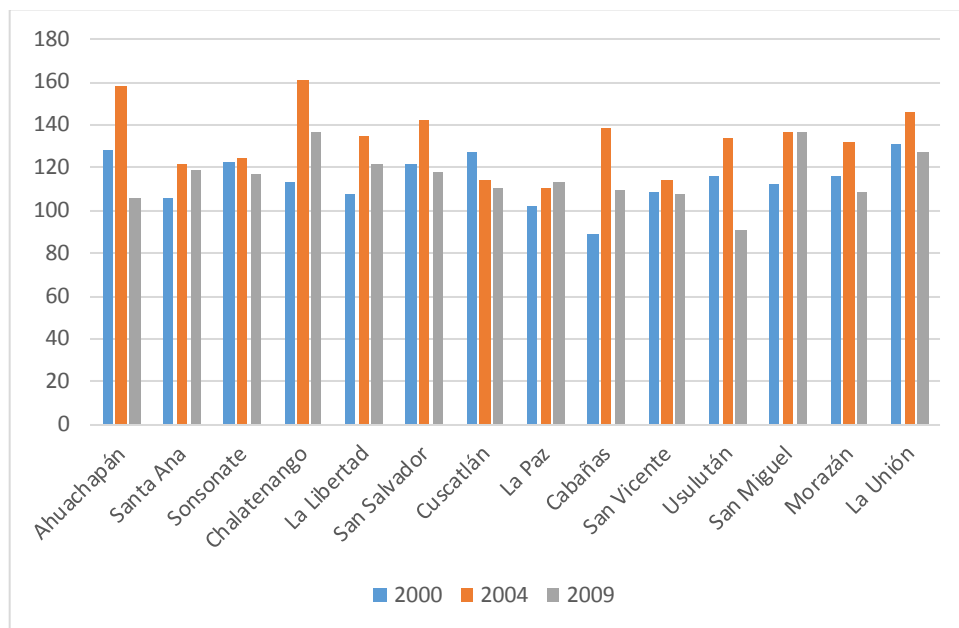
Las distorsiones son evidentes a nivel departamental, el gráfico anterior muestra que los departamentos de San Salvador y La Libertad concentran los mayores ingresos por persona a lo largo del territorio salvadoreño; y Ahuachapán, Cabañas y Morazán constituyen los departamentos con menor ingreso per cápita en el país.

Otro hallazgo importante es que la reducción en los ingresos reales evidente a nivel del total país no es un problema que afecte por igual a todos los hogares, debido a que solo algunos departamentos como San Salvador, Ahuachapán, Sonsonate y otros son los que han experimentado la caída de su ingreso real, contrario a los departamentos de Santa Ana, Cabañas y La Unión que reflejan un progreso en la capacidad de compra, aún en momentos de crisis como la del año 2009.

La desagregación territorial revela la importancia que tiene el comportamiento de la economía estadounidense en la determinación de los ingresos en la economía salvadoreña, dada la variedad de canales de transmisión disponibles: la alta relación comercial de El Salvador con Estados Unidos, por arriba del 46% de los valores de exportación tienen como destino Estados Unidos;

La moneda de circulación legal es el dólar estadounidense y el flujo de remesas de los trabajadores residentes en Estados Unidos ronda el 16% del PIB; de ahí que al comparar los flujos de remesas del año 2004 versus los del año 2009 se observa un comportamiento contrario, donde el flujo del primer año es superior al último, en concordancia con los años difíciles de la economía estadounidense, versus el año 2004 cuando se comenzaban a gestar las condiciones para el surgimiento de burbujas en diversos mercados.

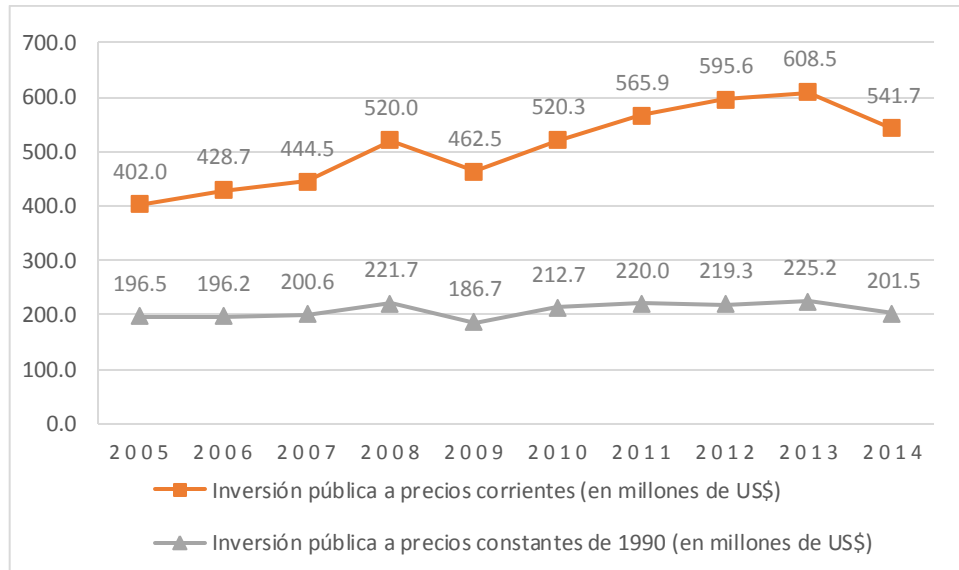
Gráfica 6. Remesas reales por Hogar Mensual por departamentos. (Años: 2000, 2004 y 2009).



Fuente: base de datos Informe de pobreza rural en El Salvador

Los departamentos de Ahuachapán, Sonsonate, Chalatenango, Cuscatlán y La Unión, son las expresiones territoriales de la alta incidencia de los ingresos por remesas sobre los ingresos de los hogares, dada la alta correlación entre las remesas recibidas por hogar y el ingreso per cápita.

Gráfica 7. Inversión Pública a precios corrientes y constantes de 1990, período 2005-2014.



Fuente: Base de datos económica del Banco Central de Reservas de El Salvador.

Desde 2005 hasta 2007 la inversión pública aumenta por la construcción de infraestructura como la carretera del litoral entre Usulután y el cantón El Delirio, la construcción del bypass para evitar el congestionamiento en el centro de Usulután.

En 2008 se dio ese gran aumento en relación al año anterior por la ejecución del programa FOMILENIO I, en 2009 la inversión pública disminuyó debido a la menor actividad económica en relación al año anterior; y a la menor recaudación de impuestos y por lo tanto menos recursos para invertir de parte del Gobierno.

En 2010, la inversión pública a precios corrientes aumentó US\$57.8 millones por la implementación de políticas del gobierno para paliar los efectos de la crisis. Durante 2011 la inversión pública aumentó en US\$45.6 millones por la reconstrucción de una parte de la infraestructura dañada por la depresión tropical 12-E⁵⁰.

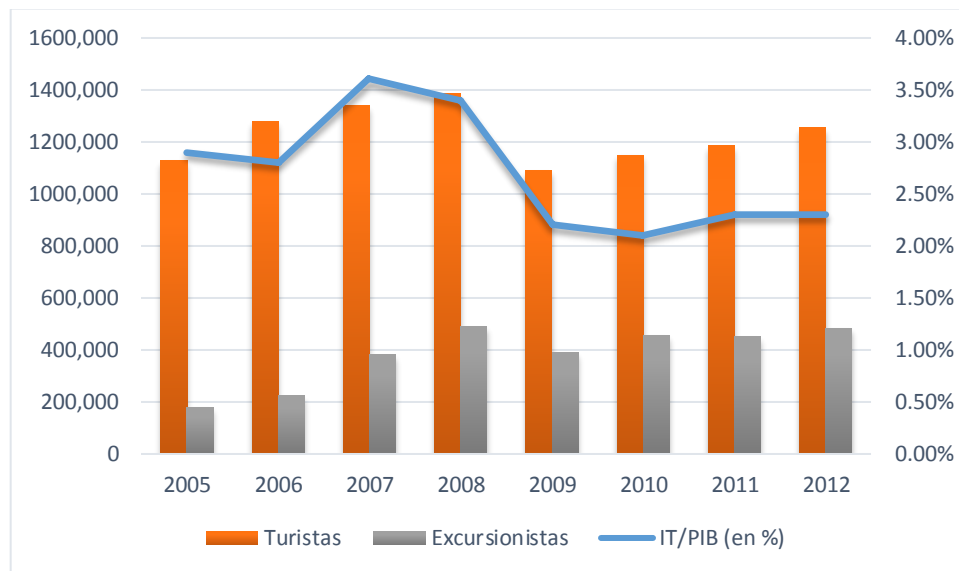
En 2012, se elevó en comparación a años anteriores (aumentó US\$29.7 millones) pues se ejecutaron obras viales importantes como la reconstrucción de la carretera Los Chorros.

⁵⁰ FUSADES-DEES. Informe coyuntura social, diciembre 2011, pág. 2.

En 2013 la inversión pública no registró un gran aumento (US\$12.9 millones) por la finalización del programa FOMILENIO ⁵¹.

Dentro de todos los sectores económicos el turismo, no solo aporta ingresos significativos al PIB de forma directa, sino que también lo hace de forma indirecta, generando empleos y dinamismo a las micro y pequeñas empresas que aprovechan las visitas de turismo nacional o extranjero, como se muestra en la siguiente gráfica.

Gráfica 8. Porcentaje de participación de ingresos turísticos en el PIB/Número de turistas y excursionista, período 2005-2014



Fuente: Base de datos del Banco Mundial e Informe Estadístico de Turismo de Enero a noviembre de 2014.

Los datos que se muestran en la gráfica, fueron proporcionados directamente por CORSAT UR, se calculó una tasa de participación con los ingresos turísticos en relación al PIB.

Para el 2009 los ingresos turísticos en relación al PIB disminuyeron 34.5%, los ingresos turísticos disminuyeron hasta US\$460.3 millones, esto debido a la reducción en el número de turistas y excursionistas que visitaron el país.

⁵¹ Banco Central de Reserva de El Salvador. Informes trimestrales de Situación Económica de El Salvador, años 2012 y 2013.

En el 2010 los ingresos turísticos disminuyeron en US\$ 2.7 millones, debido a que las economías aún se recuperaban de la crisis, lo que provocó que los ingresos turísticos globales disminuyeran.

Para 2011 los ingresos generados por los turistas aumentaron mientras que los generados por los excursionistas disminuyeron y este aumento de los ingresos turísticos fue mayor que el aumento del PIB por lo que los ingresos turísticos en relación al PIB aumentaron, esto se debió al aumento significativo de los ingresos turísticos, que pasaron de \$440.7 millones en 2010 a \$521.3 en 2011.

En 2012 los ingresos turísticos en relación al PIB se mantuvieron en 2.3% porque aumentaron tanto los ingresos turísticos generados por turistas y excursionistas (el aumento de los ingresos turísticos fue de US\$126.8 millones) y aumentó el PIB

Para 2013 los ingresos generados por turistas y excursionistas aumentaron en casi 16% cada rubro (los ingresos turísticos aumentaron a US\$105.7 millones), mientras que el PIB disminuyó, esto ocasionó que los ingresos turísticos en relación al PIB aumentaran a 3.2%.

En 2014 el PIB aumentó en casi un millón de US\$ mientras que solo los ingresos turísticos aumentaron en más de US\$212.9 millones, a lo anterior se debe que los ingresos turísticos globales en relación al PIB aumentaran de 3.2% en 2013 a 3.9% en 2014.

II.1.2. Medidas de políticas económica y social implementadas en el periodo 2005-2014.

El gobierno reorientó las políticas económicas (fiscal, macroeconómica y social), en este sentido se formularon una serie de medidas para reorientar el curso de la dinámica económica del país.

Como un resumen del planteamiento anterior, se presentan de manera resumida en el la tabla N° 2, el detalle de las políticas.

Tabla 2. Políticas económicas y sociales en El Salvador, período 2005-2014.

1° periodo (2005-2009)	2° periodo (2010-2014)
POLITICA ECONOMICA	
<p>Políticas públicas macroeconómicas.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Política Fiscal: Eficientización y racionalización de la inversión pública. ○ Política cambiaria <p>Comercio Internacional</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Definición de una política de desarrollo tecnológico ○ Fortalecimiento de la infraestructura de apoyo a la producción ○ Creación de la política nacional de calidad <p>Micro pequeña y mediana empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Diseño e implementación de una política de apoyo integral a las MIPYMES. ○ Reorientación del Banco Hipotecario de forma que se convierta en un instrumento efectivo de atención integral de las PYMES. ○ Promoción y facilitación de esquemas inter-empresarial (Asociatividad y cooperativas). ○ Fortalecimiento del fondo de asistencia técnica ○ Desarrollo de programas de "incubadoras de empresas" a fin de disminuir los costos de arranque de nuevos proyectos. ○ Política nacional de descentralización 	<p>Política integral de fomento a las exportaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Líneas de crédito para los exportadores ○ Acompañamiento a los empresarios con un programa de coaching mentoring ○ Descentralización de servicios específicos para facilitar a los empresarios en diversas zonas del país el acceso a la información ○ Fortalecimiento de relaciones del sector público-privado <p>Política agropecuaria.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Ampliación y fortalecimiento de las organizaciones de productores ○ Acceso a activos sociales y productivos (Tierra, agua y capital humano) ○ Modernización del marco regulatorio e institucional del sector agropecuario ○ Fortalecimiento y modernización de la educación agropecuaria especializada (ENA). <p>Otras Políticas</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Política nacional de calidad. ○ Política nacional para el desarrollo de la micro y pequeña empresa
POLITICA SOCIAL	
<ul style="list-style-type: none"> ○ FOSALUD ○ Plan "Red Solidaria" para otorgar subsidio a las familias viven que en situación de extrema pobreza severa en los municipios menos desarrollados del país. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ampliación y mejoramiento de servicios públicos y de infraestructura básica en los municipios de extrema pobreza severa. ○ Transferencias monetarias a personas de la tercera edad desempleadas en municipios en extrema pobreza. ○ Entrega de paquetes escolares a estudiantes de educación básica

Fuente: Planes de Gobierno, periodos 2005-2014

Con estas políticas se busca que las inversiones que realiza el gobierno sean racionadas y eficientes en el gasto. Desde los comienzos de los años noventa, los responsables de la instrumentación de políticas sociales tienden a coincidir que, en el caso de los países en desarrollo, los criterios para orientar su diseño deberían ser tres⁵²:

- ✓ El combate a la pobreza no debe ni puede fundarse exclusivamente en políticas sociales; debido a que lo que origina la pobreza y la ausencia de bienestar en los hogares es su incapacidad de generar ingreso suficiente y sostenible que permita satisfacer sus necesidades de manera más autónoma.
- ✓ Si las políticas sociales quieren ser eficaces y eficientes, deben aceptar como fundamento la equidad en el tratamiento a los beneficiarios de las políticas y asumir el principio de equidad e igualdad para todos. Privilegiando a los más vulnerables para compensar su desigualdad y ampliar sus oportunidades sociales.
- ✓ Debe existir una mayor comprensión del papel y de los efectos de las políticas económicas sobre las metas de las políticas sociales. En materia de combate a la pobreza y desarrollo social, debe existir una estrecha coordinación entre políticas económicas y sociales, para incorporar la potencial generación de externalidades positivas y negativas de ambos grupos de políticas. De manera que pueda convertirse la política de gasto social en una política de inversión social.

Es allí donde toma gran importancia la focalización, la cual es consustancial al criterio de equidad, en la medida en que busca identificar con mayor precisión a los beneficiarios de las políticas públicas. A esto se le suma la cooperación internacional que recibe el país, de otros hermanos países y/o instituciones sin fines de lucro, para lograr el desarrollo económico y social.

Como se mencionó con anterioridad se debe conocer la situación particular de cada uno de los municipios que conforman El Salvador, para priorizar las políticas y seleccionar el tipo de ayuda o programas a desarrollar para mejorar sus condiciones.

⁵² Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local (FISDL), Mapa de pobreza de El Salvador, 2014. Capítulo I, pág. 15.

II.2. Situación económica y social de los municipios.

Como se aprecia en el apartado anterior, El Salvador realiza diferentes esfuerzos y recibe ayuda de organismos internacionales, que buscan como fin, lograr mejorar las condiciones de vida de las familias en las localidades.

A nivel nacional la situación de los municipios es similar en cuanto a las condiciones de vida y oportunidades de empleo; es por ello que es de interés para el trabajo, conocer cuál es la situación económica y social de las localidades. La pobreza⁵³, ingresos económicos bajos, escasas oportunidades de empleo son situaciones características de muchos municipios en El Salvador.

El FISDL en su mapa de pobreza ha estimado indicadores de pobreza por ingreso y pobreza por necesidades básicas insatisfechas, y otros indicadores sociodemográficos vinculados al empleo, educación, vivienda, entre otros; obteniendo como resultados que el número de municipios catalogados en pobreza extrema severa son 32, en pobreza extrema alta se encuentran 68 municipios, con pobreza extrema moderada están 82 municipios y en pobreza extrema baja 80 municipios⁵⁴ (Ver anexo 3).

En cuanto a los municipios de interés para esta investigación se tiene que, San Lorenzo está catalogado como un municipio de pobreza extrema moderada y en el departamento de Ahuachapán que es donde se ubica geográficamente únicamente Guaymango es considerado como municipio de pobreza extrema severa.

Por su parte El Congo en Santa Ana también es un municipio con una pobreza extrema moderada, pero en el departamento se encuentran Masahuat y Santiago de la Frontera que son departamentos con pobreza extrema severa.

⁵³ La pobreza según Debraj Ray debe ser entendida como un umbral mínimo de renta, de consumo o en términos más generales, de acceso a los bienes y servicios por debajo del cual se considera que los individuos son pobres. Según el Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de las Naciones Unidas es una condición humana que se caracteriza por la privación continua o crónica de los recursos, la capacidad, las opciones, la seguridad y el poder necesarios para disfrutar de un nivel de vida adecuado y de otros derechos civiles, culturales, económicos, políticos y sociales. A nivel nacional la pobreza se divide en cuatro niveles: pobreza extrema severa, pobreza extrema alta, pobreza extrema moderada, pobreza extrema baja.

⁵⁴ FISDL, Mapa de Pobreza de El Salvador, Presentación, Pág. 6.

Concepción Quezaltepeque es un municipio con pobreza extrema alta; en el departamento de Chalatenango hay diez municipios catalogados con pobreza extrema severa y son San Fernando de Chalatenango, San Francisco Morazán, La Laguna, Ojos de Agua, Arcato, Las Vueltas, San Antonio de los Ranchos, San Isidro Labrador, San José Cancasque y Potonico.

Es justamente en estos municipios en donde se trata de priorizar inversiones en el área social como es educación, provisión domiciliar de agua potable, inversión en sistemas de drenaje, en energía eléctrica y construcción en mejores viviendas; que contribuyen a paliar las condiciones de precariedad de las familias.

Según el informe de pobreza rural en El Salvador presentado en 2007⁵⁵ los municipios con hogares que tienen al menos una necesidad básica insatisfecha hasta el año 2007 son doce: Santa Ana, San Salvador, San Miguel, Soyapango, Ahuachapán, Colón, Ciudad Arce, Zacatecoluca, Izalco, Usulután, Mejicanos y Ciudad Delgado. Este mismo informe señala que los departamentos donde se ubican asentamientos urbanos precarios son principalmente en los departamentos de Morazán y Chalatenango.

Un punto importante en este caso son los ingresos que perciben los hogares en los cuales hay una brecha importante entre los ingresos en los departamentos de San Salvador y La Libertad que son los de mayor ingreso, y Ahuachapán, Cabañas y Morazán que son los que constituyen los de menor ingreso a nivel nacional

Según la encuesta de hogares de propósitos múltiples hasta el año 2012, el ingreso promedio mensual de los hogares a nivel nacional era de \$506.91 por área, la diferencia era bastante marcada en el área urbana con \$594.47 y en el área rural de \$338.55; lo que indica que las condiciones de vida de los hogares del área rural, están por debajo de las condiciones de vida en las que vive el área urbana.

⁵⁵ Cabrera Melgar, Oscar y Amaya, Pablo José. Informe de Pobreza Rural en El Salvador, año 2013, pág. 22.

Tabla 3. Estructura de la población en pobreza de ingresos por departamento, período 2005-2012 (en %).

Departamento	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Ahuachapán	50.1	46.7	46.3	62.2	57.8	58.5	65.0	54.0
Cabañas	60.5	51.1	60.0	64.5	59.5	53.1	58.7	54.6
Chalatenango	46.1	38.7	42.6	57.0	51.2	44.0	49.7	45.0
Cuscatlán	52.3	50.9	44.8	54.6	49.8	47.6	54.0	41.2
La Libertad	32.7	31.8	35.7	39.9	38.4	37.1	42.1	36.5
La Paz	46.9	41.6	46.4	56.1	46.0	46.4	51.0	45.2
La Unión	42.0	37.1	45.9	47.1	46.2	43.6	51.1	45.9
Morazán	56.2	58.5	62.3	64.8	59.2	57.5	64.1	53.1
San Miguel	47.0	40.6	41.7	42.5	43.8	47.5	50.2	43.9
San Salvador	32.4	28.1	29.7	33.3	32.5	30.6	35.0	29.5
San Vicente	53.7	51.2	54.7	55.8	53.4	50.0	51.3	48.3
Santa Ana	52.6	40.4	38.6	46.2	43.9	44.0	48.6	42.1
Sonsonate	42.5	37.8	40.2	52.0	51.7	49.1	54.8	46.8
Usulután	54.9	42.5	47.3	60.3	48.9	50.6	58.1	49.1
Nacional	42.1	36.8	40.0	46.4	43.5	42.5	47.5	40.7

Fuente: Informe sobre Desarrollo Humano El Salvador 2013, "Imaginar un nuevo país. Hacerlo posible, Diagnostico y propuesta".

Como podemos observar en la tabla anterior para el año 2012, según Informe sobre Desarrollo Humano del PNUD, la pobreza en base a ingreso ha disminuido considerablemente para todos los departamentos, puede verse a nivel nacional, como desde el 2008 año en el cual los niveles de pobreza aumentaron en todos los departamentos la pobreza bajó 6 puntos porcentuales en el periodo 2008-2012.

En relación a los niveles de empleo, en cada uno de los departamentos y municipios. Basados en datos de la EHPM de 2005 a 2014, la menor tasa de empleo a nivel departamental ocurrió en los departamentos de La Unión y Usulután, siendo los dos departamentos mencionados junto con Ahuachapán y La Unión los que registraron mayores tasas de desempleo en el periodo 2005-2014. En Ahuachapán la tasa de empleo alcanzó su mínimo en el último año del periodo en estudio. Morazán alcanzó su menor tasa de empleo en

el 2008. Chalatenango tuvo su tasa de empleo en un rango de 2.05 puntos porcentuales (95.10 a 93.05), es decir, la tasa de empleo no ha registrado mucha variabilidad en ese departamento. En Santa Ana se ha registrado una tendencia al alza de la tasa de empleo en los primeros años en estudio y en los siguientes años parece haber una tendencia a la baja. En el último año del periodo San Vicente registró su menor tasa de empleo y la menor tasa de ese año.

El IDH en este es otro de los componentes importantes para medir el grado de bienestar alcanzado por los municipios; es por ello que se presentan en la siguiente tabla los 51 municipios que participan en la estrategia Un Pueblo Un producto con su respectivo puntaje obtenido en el IDH, a excepción de los municipio de El Congo Juayua e Izalco, todos los municipios con un IDH mayor a 0.7 pertenecen a la zona central de El Salvador o son cabeceras departamentales, mientras que el que menor IDH tiene es el municipio de Guatajiagua en Morazán, lo que nos lleva a pensar que el mayor desarrollo humano de El Salvador está concentrado en la zona metropolitana. En cuanto a los municipios en estudio el que tiene un mayor IDH es El Congo con 0.719, le sigue San Lorenzo con 0.685 y Concepción Quezaltepeque con 0.673.

Tabla 4. Índice de Desarrollo Humano de los 51 municipios de la estrategia Un Pueblo Un Producto en El Salvador.

DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	IDH
Ahuachapán	San Lorenzo	0.685
	Chalchuapa	0.752
Santa Ana	El Congo	0.719
	Santa Ana	0.779
Sonsonate	Apaneca	0.72
	Caluco	0.66
	Izalco	0.713
	Juayua	0.746
	Nahuizalco	0.687
	Santo Domingo de Guzmán	0.662
San Salvador	Panchimalco	0.684
La Libertad	La Libertad	0.698
	Huizucar	0.669

	Jayaque	0.685
	Sacacoyo	0.706
	San Juan Opico	0.703
	Santa Tecla	0.835
	Talnique	0.678
	Tamanique	0.665
	Tepecoyo	0.69
Chalatenango	Concepción Quezaltepeque	0.673
	La Palma	0.678
	Potonico	0.68
Cuscatlán	Cojutepeque	0.774
	Suchitoto	0.686
	Tenancingo	0.685
	Ilobasco	0.666
	Dolores	0.614
La Paz	Olocuilta	0.743
	Santa María Ostuma	0.685
San Vicente	San Esteban Catarina	0.656
	San Lorenzo	0.675
	San Sebastián	0.712
	San Vicente	0.717
	Santa Clara	0.627
	Tecoluca	0.636
	Verapaz	0.684
Usulután	Jiquilisco	0.685
	Puerto el triunfo	0.697
San Miguel	Chapeltique	0.672
	Chinameca	0.698
La Unión	Conchagua	0.66
	La Unión	0.724
	El Carmen	0.677
	Intipucá	0.668

	Meanguera del golfo	0.668
	San Alejo	0.669
Morazán	Guatajiagua	0.594
	Meanguera	0.642
	Osicala	0.637
	Perquín	0.664

Fuente: Base de datos de ALMANAQUE 262, Estado del Desarrollo Humano en los Municipios de El Salvador, 2009. FUNDAUNGO, PNUD.

Como podemos observar son los departamentos a nivel metropolitano como San Salvador y La Libertad quienes obtienen no solo los primeros lugares en cuanto a la clasificación del IDH, también la zona de occidente como Santa Ana y Sonsonate; esto dado por la influencia que tienen los puntajes de los índices.

Una vez analizados estos puntos es posible tener un mejor panorama para entender como se ha desarrollado el concepto de desarrollo local en el país.

II.2.1. Antecedentes sobre el desarrollo local

En los países industrializados el DL es la respuesta de localidades y regiones a un desafío de carácter global. El DL, surge como una reacción, frente a los desequilibrios territoriales generados por el proceso de industrialización de postguerra en los países del norte principalmente de Europa a mediados de los años setenta, donde regiones ricas e industrializadas conviven con regiones pobres y marginadas del proceso de inversión, industrialización y comercio global. El desafío para los gobiernos locales consistió en esos momentos históricos en encontrar respuestas a la movilidad de capital, a las dinámicas territoriales específicas y a las nuevas formas de acumulación flexible.

En la década de los ochenta, se desarrolla tanto en su dimensión económica (pérdida de autonomía de los estados, reestructuración económica, políticas de ajuste, relocalización de empresas, esquema de intercambio de carácter horizontal-territorial) como en su dimensión cultural (debilitamiento de la identidad nacional, privilegio de lo local)⁵⁶. Por lo tanto, se ha vuelto necesario devolver la identidad propia, autonomía y el reconocimiento perdidos en el pasado para mejorar las condiciones de vida en las regiones

⁵⁶ Di Pietro Paolo, Luis José (1999), *Op. Cit.* pág. 13.

marginadas de las políticas públicas, a través del mejoramiento de la actividad económica local de las regiones.

A partir de ello, los proyectos e iniciativa de DL tienen un eco en los países del tercer mundo⁵⁷, en los años ochenta los proyectos de DL llegan a Sudamérica, y a inicio de los noventa a Centroamérica, aunque en un primer momento estos son concebidos como proyectos de la cooperación para el desarrollo, focalizados en territorios específicos⁵⁸. En América Latina los procesos de ajuste estructural (PAE) lograron en general mantener una estabilidad macroeconómica pero no corrigieron la distribución desigual de ingresos ni las asimetrías regionales al interior de cada país que sigue siendo un grave problema para las nuevas generaciones de la población. Tampoco aseguraron crecimiento de la tasa de ocupados, ni un desarrollo humano, ni aspectos que se deben buscar corregir dentro de la política de desarrollo⁵⁹.

En El Salvador se han llevado a cabo esfuerzos de desarrollo impulsados tanto desde el ámbito nacional como local, en muchos casos con apoyo financiero internacional, esfuerzo que se diluyó y que sus efectos son pocos. Muchas de estas iniciativas surgieron en el país con mayor fuerza después de los acuerdos de paz de 1992, los cuales pusieron fin a una guerra civil de más de una década y evidencian la necesidad de reconstruir tanto la infraestructura como el tejido socio-institucional destruido por la guerra, al tiempo que responden a tendencias de carácter global, en donde lo local es redescubierto como un motor para dinamizar los cambios necesarios en un contexto de globalización⁶⁰.

La visión de DL en aquel período se reducía a las tradicionales obras sociales y/o de infraestructura, tales como construcción de vías de comunicación, escuelas, unidades de salud, introducción de agua potable, energía eléctrica, entre otras. En la propuesta del Plan Nacional de Gobierno de 1994 se proponía la realización de un Plan de Desarrollo Social, el cual entre otras cosas planteaba la reestructuración y modernización de los programas sociales, especialmente salud, educación y vivienda; descentralizándolos y fortaleciendo los gobiernos municipales, organizando y capacitando a las comunidades, para que su ejecución se realizara con la participación de los beneficiarios. Se pretendía además fomentar y fortalecer la participación solidaria de las propias comunidades, organizaciones voluntarias, y los gobiernos municipales en la ejecución de los programas sociales. Estos gobiernos municipales serían los actores

⁵⁷ El término fue acuñado por el economista francés Alfred Sauvy en 1952, realizando un paralelismo con el término francés Tercer Estado, para designar a los países que no pertenecían a ninguno de los dos bloques que estaban enfrentados en la Guerra Fría, el bloque occidental y el bloque comunista.

⁵⁸ Salcedo, Diego, *Op. Cit.* pág. 68.

⁵⁹ Di Pietro Paolo, Luis José, *Op. Cit.*, pág 14.

⁶⁰ *Ibid.*

principales en los procesos de identificación de los problemas y sus soluciones, ejecución de obras y programas de desarrollo de las comunidades.

Las instituciones encargadas de llevar a cabo los programas de DL en el país era la **Secretaría de Reconstrucción Nacional (SRN)**, la cual tenía como objetivos entre otros de promover y fortalecer la participación de la comunidad en la solución de sus propias necesidades, generación de empleo temporal, mejorar las condiciones de vida de los beneficiados, construir infraestructura básica y comunal, de esta forma ayudaría a la realización de las metas del gobierno; el **Fondo de Inversión Social (FIS)**, según el decreto de creación la institución en el año de 1990, este tiene como propósito fundamental atender las demandas de la población en situación de pobreza (y pobreza extrema), para potenciar su capacidad de integración plena al desarrollo económico y social del país. Sus actividades son las siguientes: educación, con ejecución de proyectos de infraestructura, equipamiento y dotación de recursos materiales educativos. Salud y nutrición, proyectos de infraestructura y equipamiento de agua potable, alcantarillado y letrización, medio ambiente, guarderías y hogares infantiles⁶¹.

Se contaba además con el **Programa Municipalidades en Acción (MEA)** que posteriormente es trasladado a otra institución, se llevaban a cabo proyectos de reconstrucción-reparación de escuelas, puestos y unidades de salud, construcción de vías de acceso, acueductos y alcantarillados electrificación y otros.

El FIS, pasó a ser en el año de 1996, Fondo Social para el Desarrollo Local de El Salvador (FSDL), según decreto legislativo 826; transformándose en una entidad gubernamental de carácter permanente y principal responsable del DL de El Salvador, se le asignó una partida en el Presupuesto General de la Nación (PGN) para sus gastos de funcionamiento y se le incorporaron las funciones del MEA. El FSDL comenzó desde 1999 a impulsar Programas de Desarrollo Local (PDL), fundamentado en la promoción de procesos de la planeación participativa y en la descentralización de proyectos en el ámbito municipal⁶². Se han llevado a cabo una serie de programas y proyectos para llevar DL a los municipios, estos desde sus inicios han contado con la colaboración de diferentes entidades nacionales e internacionales, las cuales proporcionan ayuda, sea técnica o financiera, para su realización.

⁶¹ Montoya, Aquiles; ¿Desarrollo local o desarrollo comunitario?, 1994, pág. 48.

⁶² <http://www.fisd.gov.sv/institucion/marco-institucional/historia#.Vq5qn1kdJic>.

II.2.1.1. Programas para el desarrollo local en El Salvador

Los programas de DL que se han llevado a cabo o están en proceso de ejecución en El Salvador, tienen como objetivo llevar ayuda a los sectores más desfavorecidos de la sociedad, dando respuesta a necesidades o problemas que aquejan a las comunidades y que mediante las políticas del gobierno central no han podido ser resueltas. Estos programas involucran a diferentes entidades del gobierno central e instituciones no gubernamentales. En su mayoría, los programas parten del Ministerio de Economía (MINEC), aunque cabe destacar que el Ministerio de Turismo (MITUR) también tiene una participación activa en programas, de desarrollo local estas instituciones cuentan con el apoyo de instituciones dependiente, como son: El Centro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE), el Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo (INSAFOCOOP), los cuales, coordinan los esfuerzos para ayudar a los productores y/o pobladores de las municipalidades⁶³.

Otra institución como la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA), colaboran directamente o en asocio, con las instituciones gubernamentales para poder implementar los programas o proyectos a realizar. A nivel nacional el apoyo de la Fundación Nacional para el Desarrollo Económico (FUNDE) y la Cooperación Técnica Alemana (GTZ), brindan apoyo para capacitar a los empresarios, apoyo técnico en el mejoramiento de productos y procesos.

Cabe destacar que además de las instituciones ejecutoras y de apoyo, hay una serie de actores que no se mencionan pero que juegan un papel crucial a la hora de implementar los programas y proyectos, en los diferentes municipios de El Salvador. Es importante destacar el papel que juegan las instituciones financieras en todo esto, en donde nuevamente participa el gobierno central a través del Fondo de Desarrollo Económico y Social (FODES) y otras instituciones financieras internacionales.

Los programas y/o proyectos que se han llevado a cabo en el periodo en estudio se presentan en la tabla N° 5.

⁶³ FLACSO, El Salvador, Plan Maestro de Desarrollo Integral y Sostenible para la Región Oriental de El Salvador 2015-2025.

Tabla 5. Programas de Desarrollo Local en El Salvador, Período 2015-2025.

INSTITUCION EJECUTORA	INSTITUCION O DIRECCION DE APOYO	NOMBRE DEL PROYECTO O PROGRAMA	FINALIDAD
Ministerio de Economía (MINEC)	Dirección de Innovación y Calidad (DICA)	Sistema Nacional de Incubación y Aceleración de Empresas (SINAE)	<p>Generar infraestructura de coordinación para la generación de semilleros de iniciativas empresariales de mayor valor agregado.</p> <p>Generar otro canal de demanda para la provisión sistemática de servicios tecnológicos.</p> <p>Fomentar e incrementar una cultura empresarial.</p> <p>Mejorar los niveles de competitividad nacional.</p>
Centro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE)	Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)	Programa de introducción a la administración corporativa moderna y programa de capacitación de la micro y pequeña empresa	<p>Modernizar la administración corporativa de la Pequeñas y Medianas Empresas (PYMEs).</p> <p>Capacitar a consultores salvadoreños para diagnóstico y consultoría administrativa</p>
Centro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE)	Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)	Proyecto para el fortalecimiento de las capacidades del personal de apoyo para MYPE	Brindar asistencia en el mejoramiento de la calidad, productividad y gestión empresarial.
Ministerio de Economía (MINEC)	Centro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE), Banco Interamericano de Desarrollo	Programa de empresariedad femenina y proyecto de desarrollo de un modelo de	Los mejores modelos de negocio serán apoyados con asistencia técnica para diseño de imagen comercial, exposiciones y ferias comerciales, ruedas de negocios, podrán formar parte de redes empresariales, de procesos de mentoría, acompañamiento para la gestión crediticia.

	(BID)	empresarialidad femenina.	
Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)	Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo (INSAFOCOOP)	Programa de establecimiento de asociaciones de negocios	Brindar procedimiento de apoyo para que las PYMEs organicen una asociación empresarial.
Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)	Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)	Proyecto de fortalecimiento de las capacidades emprendedoras de las comunidades indígenas del departamento de Sonsonate	Capacitar a la comunidad indígena para emprender sus propios negocios
Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)	Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)	Difusión de buenas prácticas para el desarrollo del turismo rural en región oriental de El Salvador	Manual de buenas prácticas para dinamizar el turismo rural en la zona oriental del país
Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)	Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)	Proyecto de fomento de las inversiones para el desarrollo turístico de El Salvador	Fomentar la inversión en el rubro turismo en El Salvador

Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)	Fundación Universitaria Iberoamericana	Programa de capacitación y dinamización a negocios turísticos en El Salvador	Fomentar la inversión en el rubro turismo en El Salvador
Ministerio de Turismo (MITUR)	Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)	CBC Bar and Restaurant	Rubro turismo/ Alimentación
Ministerio de Turismo (MITUR)	Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)	The Grape (Enoteca)	Rubro turismo/ Alimentación
Ministerio de Turismo (MITUR)	Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)	Construcción y ampliación de restaurantes y cónica del Quality Real Hotel Aeropuerto El Salvador	Rubro turismo/ Alojamiento
Ministerio de Turismo (MITUR)	Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)	Remodelación de habitaciones y áreas públicas de Hotel Sheraton Presidente	Rubro turismo/ Alojamiento
Ministerio de Turismo (MITUR)	Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)	Remodelación para Nov o Apart-Hotel	Rubro turismo/ Alojamiento

Fuente: FLACSO, El Salvador; Plan Maestro de Desarrollo Integral y Sostenible para la Región Oriental de El Salvador 2015-2025.

II.2.1.2. Financiamiento para el Desarrollo Local en El Salvador

Los recursos financieros son importantes en la ejecución de los programas, pues éstos son los que sustentan los proyectos y/o estrategias de DL que se pretenden llevar a cabo. Es por ello que en el año de 1988 se creó el Fondo de Desarrollo Económico y Social para los municipios (FODES), el cual tras un proceso de negociación entre el gobierno central y los representantes de las alcaldías en la Corporación de Municipalidades de la República de El Salvador (COMURES) se lograron algunas reformas para aumentar el monto financiero destinado al desarrollo de las comunidades.

Actualmente el monto a distribuir anualmente a los municipios se asigna proporcionalmente según los siguientes criterios: Población 50%, Equidad 25%, Pobreza 20%, Extensión territorial 5%⁶⁴, dicho fondo es transferido a los municipios mediante el Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal (ISDEM) y se complementará con el Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local (FISDL). Los montos asignados a catorce departamentos del país en el periodo de estudio se muestran en la tabla 6.

Según el cuadro, el departamento que ha recibido mayor cantidad en asignación de fondos durante el periodo 2005-2014 es San Salvador, seguido por La Libertad y Usulután, ya que concentran el mayor nivel poblacional.

Los departamentos con menor asignación son Cabañas, San Vicente y Cuscatlán. Además, es posible observar mediante la tabla cómo ha evolucionado a nivel departamental los montos recibidos en cada uno de los años comprendidos en el periodo de estudio, los únicos años en los que el monto asignado a cada departamento no varió, fue en 2009 y 2010, debido a la crisis económica y financiera en el país⁶⁵.

⁶⁴ Asamblea Legislativa. Decreto N° 74, Ley de creación del Fondo para el Desarrollo Económico y Social de los Municipios, pág. 2.

⁶⁵ Base de datos del Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal.

Tabla 6. Asignación departamental del Fondo de Desarrollo Local (FODES). Periodo 2005-2014 [En US\$].

Departamento	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Total (%)
Ahuachapán	8,134,291	9,181,273	10,444,319	11,580,199	12,996,779	12,996,779	13,689,796	17,185,323	17,501,495	19,205,902	5.8%
Cabañas	5,167,001	5,832,057	6,634,359	7,355,884	8,255,712	8,255,712	8,695,925	10,916,327	11,117,163	12,199,824	3.7%
Chalatenango	10,623,075	11,990,394	13,639,884	15,123,301	16,973,299	16,973,299	17,878,353	22,443,379	22,856,287	25,082,179	7.5%
Cuscatlán	7,465,979	8,426,942	9,586,216	10,628,773	11,928,967	11,928,967	12,565,045	15,773,381	16,063,576	17,627,950	5.3%
La Libertad	14,124,126	15,942,072	18,135,185	20,107,491	22,567,196	22,567,196	23,770,529	29,840,053	30,389,042	33,348,522	10.0%
La Paz	9,997,357	11,284,138	12,836,470	14,232,511	15,973,542	15,973,542	16,825,287	21,121,425	21,510,011	23,206,795	7.1%
La Unión	10,512,245	11,865,298	13,497,579	14,965,512	16,796,217	16,796,217	17,691,828	22,209,229	22,617,828	24,820,498	7.5%
Morazán	9,328,645	10,529,356	11,977,854	13,280,515	14,905,090	14,905,090	15,699,863	19,708,638	20,071,232	22,025,897	6.6%
San Miguel	11,103,940	12,533,153	14,257,309	15,807,873	17,741,615	17,741,615	18,687,637	23,459,305	23,890,903	26,217,553	7.9%
San Salvador	16,409,819	18,521,962	21,069,984	23,361,468	26,219,223	26,219,223	27,617,290	34,669,040	25,306,871	38,745,281	11.2%
San Vicente	6,145,250	6,936,218	7,890,417	8,748,546	9,818,736	9,818,736	10,342,292	12,983,075	13,221,934	14,509,571	4.4%
Santa Ana	9,542,879	10,771,164	12,252,928	13,585,504	15,247,388	15,247,388	16,060,413	20,161,250	20,536,172	22,531,726	6.8%
Sonsonate	10,917,323	12,322,515	14,017,694	15,542,200	17,443,442	17,443,442	18,773,565	23,065,039	23,489,383	25,776,930	7.8%
Usulután	12,129,145	13,690,313	15,573,657	17,267,382	19,379,663	19,379,663	20,413,029	25,625,255	26,096,702	28,638,167	8.6%
Total	141,601,075	159,826,855	181,813,855	201,587,158	226,246,869	226,246,869	238,710,854	299,160,719	294,668,600	333,936,795	100%

Fuente: Guía del presupuesto general del estado para el ciudadano del Ministerio de Hacienda y Base de datos del Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal.

CAPÍTULO III: ESTRATEGIA UN PUEBLO UN PRODUCTO Y EVALUACION DE RESULTADOS.

III.1. Experiencia de la estrategia Un Pueblo Un Producto a nivel internacional

Como se ha explicado, tanto el desarrollo nacional como local han evolucionado en sus teorías y planteamientos de estrategias que deben seguirse, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de las poblaciones del mundo, e incorporarse en el proceso de globalización para no ser marginados por este fenómeno y aprovechar al máximo sus beneficios.

En este apartado se establecen dos acápites que explican el origen de la estrategia a seguirse para impulsar el DL y la experiencia suscitada en el país, en los últimos tiempos. La estrategia se destaca por entender el manejo de un concepto que se usa en varias partes del mundo como es buscar el progreso e inducir el desarrollo de un producto.

III.1.1. Origen de la Estrategia Un Pueblo Un Producto

El auge industrial japonés, a partir de la segunda mitad del siglo pasado, provocó que mucha de la población joven decidiera emigrar hacia los grandes centros urbanos, generando con ello un envejecimiento de la población, en muchas ciudades y comunidades rurales en ese país. El pueblo de Oyama, ubicado en la prefectura de Oita, fue un claro ejemplo de esta problemática y de cómo esta situación afectó negativamente los ingresos y calidad de vida de sus habitantes⁶⁶.

En los años sesenta los pobladores de Oyama decidieron aprovechar las condiciones naturales de su ubicación y especializarse en el cultivo de castañas y ciruelas, labor que se adaptaba completamente a las características de sus tierras, de su población y satisfacía una necesidad de mercado. El movimiento Un Pueblo Un Producto (One Village One Product, OVOP), Nació bajo el lema “trabajemos juntos sobre lo que tenemos y podemos hacer en la situación actual”.⁶⁷

⁶⁶ Japan International Cooperation Agency-JICA-Gobierno costarricense promueve movimiento “Un Pueblo Un Producto”, año 2014. pág. 1.

⁶⁷ CONAMYPE, “Orígenes de la Estrategia Un Pueblo Un Producto”, 2012.

Curiosamente, el movimiento iniciado iba en contra de la política nacional del momento, que promovía el cultivo de productos de consumo masivo como el arroz. Las condiciones iniciales de Oyama no eran un caso aislado, gran parte de la prefectura vivía condiciones similares de pobreza. Para enfrentar esta situación, en 1979, el gobernador de Oita para entonces, Morihiko Hiramatsu, quien había conocido la experiencia en Oyama, promovió un nuevo enfoque de crecimiento económico en el que cada pueblo identificaría un recurso local valorizable que funcionara como tarjeta de presentación de la localidad.⁶⁸

Hiramatsu transformó el exitoso modelo de DL en una política pública: generándose lo que se conoce como “Un Pueblo Un Producto”⁶⁹ en adelante UPUP, la cual es además una filosofía alternativa para el DL, que promueve el aprovechamiento de los recursos locales a través del proceso de desarrollo endógeno y trata de elevar las capacidades comunitarias en función de mejorar la calidad de vida de sus habitantes. Esta filosofía busca fortalecer el orgullo, amor y sentido de pertenencia a la localidad, mediante productos únicos y reconocidos como propios, que fortalezcan a su vez, la iniciativa y el trabajo del pueblo para su desarrollo.

En la prefectura de Oita, región que representa el 1% de la población de Japón, antes de OVOP la identidad local era muy pobre, y empezó a recuperarse con la promoción paralela de la agricultura y la industria, la adaptación a la internacionalización de los negocios, la formación de personas capacitadas, incorporación de la mujer al trabajo, nueva oportunidad para los ancianos que trabajan y reconocimiento del líder. Desde ese momento, muchos otros casos de éxito comenzaron a surgir a partir de la promoción especializada de ciertos productos agrícolas, de pesca, silvicultura o el aprovechamiento de puntos escénicos, culturales o históricos que promovieran el turismo.

El movimiento OVOP, en Japón ha estimulado una era de descentralización y políticas agrícolas regionales⁷⁰. Pero también implicó un cambio en el sentido de emprendedurismo de una población acostumbrada a los subsidios estatales, a una actitud de auto-sostenibilidad; el paternalismo estatal fue sustituido por apoyo técnico y acompañamiento.

En la siguiente tabla se muestra los países y regiones con los cuales el Gobierno de Japón mediante el movimiento OVOP ha establecido relaciones para impulsar la estrategia Un Pueblo Un Producto.

⁶⁸ *Ibid.*

⁶⁹ *Ibid.*

⁷⁰ http://www.jica.go.jp/peru/espanol/office/topics/100312_01.html.

Tabla 7. Países que han implementado la Estrategia “Un Pueblo Un Producto”.

CONTINENTE	PAIS	REGION/ORGANIZACIÓN INVOLUCRADA	TIPO DE COOPERACION*
EUROPEO	Reino Unido	Gales	Cooperación Financiera** <ul style="list-style-type: none"> • Reembolsable ¥119.8 • No reembolsable ¥4.9 Cooperación Técnica ¥12.7 <ul style="list-style-type: none"> • Envío de expertos 690 personas • Aceptación de becarios 1957 personas • Envío de voluntarios 86 personas
	Francia	Languedoc - Roussillon	
	Rusia	Gobierno Federal	
AMERICANO	USA	Los Ángeles, Texas, Luisiana	Datos no disponibles para esta región
	Canadá	Provincia de Manitoba	
	Jamaica	Gobierno Central	Cooperación Financiera** <ul style="list-style-type: none"> • Reembolsable ¥11.5 • No reembolsable ¥3.2 Cooperación técnica ¥14.8 <ul style="list-style-type: none"> • Envío de expertos 796 personas • Aceptación de becarios 1873 personas • Envío de voluntarios 399 personas
	Brasil	Espirito Santo	
	Paraguay	Gobierno Central	
	Colombia	Gobierno Central, Gobiernos Departamentales y Municipales, organizaciones sociales	
	Perú	Gobierno Central	
	Ecuador	Gobierno Central	
	Chile	Gobierno Central	
	Centro América	Gobiernos Centrales	

AFRICA	Malawi	Gobierno Central	Cooperación financiera <ul style="list-style-type: none"> • Reembolsable ¥51.9 • No reembolsable ¥50.2 Cooperación Técnica ¥41.9 <ul style="list-style-type: none"> • Envío de expertos 2243 personas • Envío de voluntarios 403 personas • Aceptación de becarios 6969 personas
	Camerún	Gobierno Central	
ASIA	Corea del Sur	Seúl, Provincia de Jeollanamdo, Movimiento Saemaul, Shangai, Jiangsu, Hubel, Gansi, Shanxi, Jiangxi, Administración Estatal de expertos en asuntos exteriores.	Cooperación Financiera** <ul style="list-style-type: none"> • Reembolsable ¥784.7 • No reembolsable ¥49.8 Cooperación Técnica ¥65.0 <ul style="list-style-type: none"> • Envío de expertos 6362 personas • Envío de voluntarios 412 personas • Aceptación de becarios 11023 personas
	Malasia	Provincia de Kedah	
	Filipinas	Región de Calabarzon	
	Tailandia	Gobierno Central	
	Camboya	Gobierno Central	
	Laos	Gobierno Central	
	Indonesia	Sumatra Occidental, Java Oriental, Jakarta	
	Mongolia	Gobierno Central, Provincia de Bayankhongor	
Taiwán	Kaohsiung		
OCEANIA	Australia	Queensaland, Tasmania	Cooperación Financiera <ul style="list-style-type: none"> • Reembolsable ¥8.3 • No reembolsable ¥7.7

			<p>Cooperación Técnica ¥4.2</p> <ul style="list-style-type: none"> • Envío de expertos 268 personas • Envío de voluntarios 105 personas • Aceptación de becarios 418 personas
--	--	--	--

Fuente: Movimiento OVOP Colombia y perfil de la JICA cooperación internacional los retos globales y el apoyo año 2014.

* Datos para el año fiscal 2013

** Datos en miles de millones de yenes

El cuadro anterior muestra los países y regiones con los cuales la JICA tiene relaciones de cooperación, la ayuda está basada en las necesidades de cada una de estas; los datos financieros y técnicos incluyen todos los programas que realiza la cooperación japonesa incluyendo el movimiento OVOP. Los programas de apoyo están divididos de la siguiente manera: Apoyos que contribuyen al crecimiento económico, promoción del desarrollo integral, apoyo a la democratización, fomento industrial y formación de recurso humano, desarrollo de infraestructura, medidas contra el cambio climático y conservación ambiental, además en países con problemas de conflicto armado se llevan a cabo iniciativas para la consolidación de la paz.

En América Latina la JICA apoya el desarrollo de las infraestructuras económicas y sociales requeridas para reforzar el clima de inversión, además del fortalecimiento de PyMEs y del fomento del turismo. Como parte del apoyo a los pequeños agricultores y al desarrollo, la JICA asistencia para la producción y distribución de productos agrícolas, el suministro de agua y el mejoramiento de la calidad de la educación.

III.1.2. Expansión de la estrategia en América Latina

América Latina, comienza a aplicar esta estrategia, en un primer momento, en los países suramericanos y extendiéndose así hacia Centroamérica, como se muestra en la tabla anterior. Algunas de las experiencias de mayor éxito se han tenido en países como Colombia, Perú y Chile⁷¹.

⁷¹ CONAMYPE, *Op. Cit.* (Estrategia “Un Pueblo Un Producto” El Salvador), pág. 6.

a) Colombia

En 2010 el Gobierno Nacional de Colombia a través del Departamento Nacional de Planeación (DNP) y las Gobernaciones del mismo realizó la convocatoria para identificar los municipios en los que se iniciaría la estrategia UPUP, como parte de una política de crecimiento y desarrollo. En 2015 la estrategia se ha implementado en 12 departamentos de ese país; los productos emblemáticos son artesanías en Tolima, entono turismo región del Cauca, joyas en técnica filigrana Bolívar, parque de la agricultura en Cundinamarca, queso en Boyacá, artesanías en fique Antioquia, festival camino del Quindío en Quindío, agroturismo y ecoturismo Putumayo, panela pulverizada en Santander, sombrero fino en Córdoba, turismo astronómico en Huila, fiesta del sol en Nariño.⁷²

b) Perú

Perú ha creado una oficina en este tiempo a cargo de una coordinación nacional identificándola UPUP; esta ha contado con el apoyo del consultor de JICA. Para el año 2010, se trabajaba en 9 regiones que son Amazona, Arequipa, Cajamarca, Cusco, La Libertad, Lambayeque, en provincias de Lima, Piura y Puno. El movimiento ha encontrado ventajas especiales en la diversidad cultural, en las ancestrales organizaciones comunitarias y en la variedad de sus recursos naturales. El movimiento se encuentra inserto en el Acuerdo Básico de Cooperación técnica entre el Gobierno de la República del Perú y Japón.⁷³

c) Chile

En Chile, el movimiento UPUP, se ha impulsado a partir de julio del año 2009 en la provincia de Chiloé; y se ha impulsado fomentar la producción de lana, el desarrollo del turismo, principalmente en la Isla Lemuy (Municipalidad de Puqueldon) y en Puñiuil, comuna de Ancud respectivamente. Con este impulso esta comunidad ha alcanzado mejoras en la calidad de vida.⁷⁴

d) Costa Rica

El gobierno de Costa Rica, con la intención de implementar la estrategia UPUP, organizó un seminario taller en el año de 2011 para conocer la experiencia japonesa y salvadoreña y establecer un plan piloto para algunos territorios. Fue implementada por primera vez por la JICA y el Ministerio de Agricultura y

⁷² JICA, Informe anual Colombia, 2011.

⁷³ JICA, Informe anual Perú, 2012.

⁷⁴ JICA, Informe anual Chile, 2010.

Ganadería de Costa Rica en la región de Guanacaste, en dicha región los productores locales han desarrollado productos para distribuir internamente y para exportar. Lo anterior, mediante talleres, charlas, reuniones y asistencia a todo el proyecto.⁷⁵

III.2. Experiencia Un Pueblo Un Producto en El Salvador

En el año 2003, el concepto de desarrollo económico rural comunitario fue presentado a la Comisión Nacional de Desarrollo (CND) como uno de los componentes del “Plan Maestro de Desarrollo Económico de la Región Oriental” (elaborado por JICA), para la activación de la economía local y regional⁷⁶.

El primer intento por implementar el Movimiento UPUP en El Salvador se llevó a cabo en el año 2007 mediante la elaboración de un estudio que realizó el Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP), basado en la investigación de mercado e identificación de productos. Esta investigación estuvo enfocada en la zona Nor-oriental del país mediante la selección de seis municipios (Ciudad Barrios, Nuevo Edén de San Juan, Corinto, San Simón, Anamorós y el Sauce). Una vez identificados los productos en cada municipio se procedería a la implementación de la metodología, algo que no sucedió ya que la iniciativa se detuvo en su fase de investigación perdiéndose la continuidad de la implementación del movimiento.⁷⁷

Pero fue hasta 2009 con la nueva presidencia que la Secretaría Técnica de la Presidencia coordina un equipo con miembros de diferentes de diferentes instituciones del Estado para conocer la experiencia de Un Pueblo Un Producto en Japón, luego se delegó a la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) la función de dar impulso y seguimiento al movimiento en el país. Además, se define como objetivo estratégico el aumentar de manera sostenida la producción nacional para el consumo interno, para la exportación y la sustitución eficiente de importaciones y disminuir la dependencia del país de las importaciones de alimentos y de productos agroalimentarios, visión y objetivo que CONAMYPE asume como guía de actuación para desarrollar estrategias vinculadas a la integración del tejido productivo y empresarial de las localidades a la dinámica económica del país.⁷⁸

⁷⁵ JICA, Informe anual Chile, 2010.

⁷⁶ CONAMYPE, Informe implementación estrategia Un Pueblo Un Producto, El Salvador año 2012. pág. 1 .

⁷⁷ *Ibíd.*

⁷⁸ *Ibíd.*

El 26 de noviembre del 2010, CONAMYPE presenta su Plan Estratégico Quinquenal (2010-2014) el cual es aprobado por Comisión Nacional de acuerdo al acta número 40 en el punto de agenda; y en el cual, el Movimiento Un Pueblo Un Producto es incluido como uno de los cuatro programas a ejecutar.

III.2.1 Implementación de la estrategia en los primeros municipios.

El camino recorrido en El Salvador para llevar a cabo el diseño y desarrollo de la Estrategia “Un Pueblo Un Producto, El Salvador”, se puede visualizar a través de las siguientes etapas:

a. Abordajes piloto

Para dar inicio al abordaje, se realizaron 18 diagnósticos territoriales en municipios con características particulares, para demostrar la aplicabilidad y la potencialidad para integrar el movimiento. Para dar inicio al proceso de adaptación del concepto se priorizó su desarrollo en tres municipios pilotos, para los cuales se contó con el acompañamiento técnico de JICA. Los tres municipios pilotos elegidos fueron: San Lorenzo, departamento de Ahuachapán; El Congo, en el departamento de Santa Ana; y Santa María Ostuma, en el departamento de La Paz⁷⁹.

En 2010 CONAMYPE realizó el Primer “Encuentro de los Pueblos” con el objetivo de que los actores nacionales e institucionales reconocieran las potencialidades del país teniendo en cuenta los productos y servicios de los pueblos para impulsar el Movimiento Un Pueblo Un Producto.

Este encuentro logró demostrar factibilidad y flexibilidad del modelo para su implementación en el país, tomando en cuenta factores y realidades locales de cada territorio.

La CONAMYPE institucionalizó desde este proceso de aplicación al Movimiento Un Pueblo Un Producto como estrategia de trabajo.

b. Resultados de la evaluación de pueblos piloto

Como parte del abordaje piloto que llevó a cabo CONAMYPE con los tres municipios seleccionados y que se mencionaron con anterioridad, la institución presentó los primeros resultados, y se exponen a continuación⁸⁰.

⁷⁹ *Ibíd.*

⁸⁰ *Ibíd.*, pág. 11.

Municipio de El Congo

En El Congo se identificó la ruta turística “Ruta del Tabudo” como atractivo representativo que tiene potencial para dinamizar la actividad económica local, basados en el orgullo que siente la población y las autoridades locales debido a la belleza del lago de Coatepeque, estos actores han tratado de posicionarlo como el mayor atractivo de su ruta turística. Se determinó que existe un 100% de utilización de sus recursos locales. El impacto se reflejaría en el incremento en la afluencia de turistas que generarían empleos en todas las áreas de servicio alrededor del lago y del casco urbano⁸¹. Las acciones que se llevaron a cabo fueron enfocadas a crear un entorno favorable para su crecimiento y desarrollo empresarial, como ejemplo se tiene el mercadeo de la ruta la cual hace que más turistas lleguen a la zona antes mencionadas y con ellos se genera más clientes, incrementos en sus ventas y la generación de nuevos empleos.

La implementación de la estrategia en este municipio iba enfocada al desarrollo de los destinos y servicios turísticos de montaña y acuáticos vinculados al lago de Coatepeque El Tabudo. Se realizaron talleres con el fin de potenciar diferentes habilidades de los actores locales como la implementación en Japón el movimiento UPUP, formación de cooperativas, capacitación en principios básicos de guías turísticos, diversificación de productos, participación proactiva de los diversos actores del municipio. Además, el municipio ha participado en el encuentro de los Pueblos en el periodo 2012-2013 realizado por CONAMYPE.

Entre los logros que puede atribuirse a los que contribuyó en parte la estrategia se pueden mencionar:

- Segundo Lugar de Pueblos Vivos por aparte de MITUR, en el año 2011 en la categoría de naturaleza y aventura.
- Lanzamiento del Tours del Lago de Coatepeque El Tabudo por parte de las instituciones MITUR, MINEC y CONAMYPE el 18 de noviembre del 2014.

También se puede atribuir a la estrategia el incremento de procesos asociativos de desarrollo local como:

- Diseño y creación en imagen comercial y creación de Plan Integral de Marketing Ruta Turística del Tabudo.
- Elaboración del Plan Estratégico para La Ruta del Tabudo.

⁸¹ *Ibíd.*

Municipio de San Lorenzo

En este municipio se identificó el jocote barón rojo como producto representativo de la localidad, se cultiva desde hace 25 años, se estima que existen un total de 600 productores y 2,500 beneficiarios que viven de ese producto. Se determinó que existe un 100% de recursos locales utilizados. El potencial del producto se debe a que es uno de los productos más demandados en el mercado nostálgico de E.U.A., añadiéndole valor agregado se estima que puede quintuplicar la exportación actual en el mediano plazo⁸². Debido a que se cultiva desde tiempo de la colonia no hay dato certero si su topónimo (nombre propio de lugar) es de origen Nahúat. Se celebra todos los años el Festival del Jocote Barón Rojo en el mes de marzo, como también el festival de Loroco en el mes de agosto. Se destaca también el municipio por contar con ríos de aguas termales y realizan festivales gastronómicos, lo que convierte este municipio con un gran potencial turístico.

Municipio de Santa María Ostuma

En este municipio se identificó la piña como producto representativo con potencial para dinamizar la actividad económica local, su potencial radica en la variedad Golden que tiene un potencial para ser exportado a mercados internacionales, un obstáculo es la concientización de los productores a cambiar sus cultivos a esta variedad. Se determinó que existe un 70% de recursos locales utilizados. Se estimó que comercializando la variedad Golden como fruto y diversificándolos en derivados podría generar empleos a una cuarta parte de la población local⁸³. En el lugar también se producen granos básicos, café de media altura y también se elabora el dulce de panela. Esta zona también ha sido bendecida con una extensa vegetación, gracias a ello cuenta con atractivos turísticos importantes por su valor histórico, paisajístico, cultural y social. Entre ellos se encuentra la Cascada El Chorrerón, los ríos Petana, Jiboa, Amojapa y Majiquipil⁸⁴.

c. Expansión de la estrategia a otros municipios.

El proceso de crecimiento del movimiento Un Pueblo Un Producto ha tenido a la base dos estrategias de trabajo. La primera es la incorporación de nuevos actores: la alianza con (COMURES) ha facilitado la coordinación con los alcaldes, logrando que al 2013 participen 51 municipios.

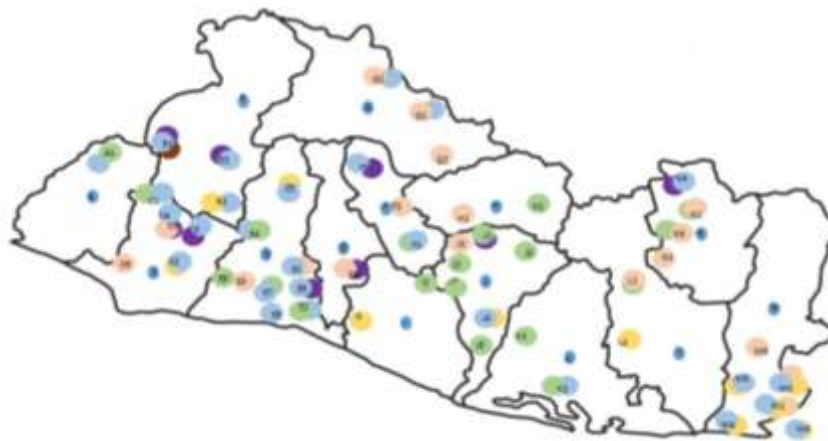
⁸² *Ibid.*

⁸³ *Ibid.*, pág. 12.

⁸⁴ CONAMYPE. Catálogo de los Pueblos “Un Pueblo Un Producto El Salvador”, 2013, pág. 60.

La segunda fue la gestión de cooperación⁸⁵: la capacidad de generar alianzas con la cooperación internacional entre ellos JICA, International Cooperation & Development Fund (Taiwan ICDF), Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y Gran Ducado de Luxemburgo, ha permitido el crecimiento en la inversión de recursos y facilitado conocimiento técnico para impulsará estos procesos.

Mapa 1: Municipios del El Salvador que participan en la estrategia Un Pueblo Un Producto.



Fuente: CONAMYPE, Guía de implementación de la estrategia de desarrollo económico local “Un pueblo un producto. El Salvador”
Iconografía

A. Ahuachapán	F. Cuscatlán	L. San Miguel	
A1. San Lorenzo	F1. Cojutepeque	L1. Chapeltique	
B. Santa Ana	F2. Suchitoto	L2. Chinameca	
B1. Chalchuapa	F3. Tenancingo	M. La Unión	
B2. El Congo	G. Chalatenango	M1. Conchagua	
B3. Santa Ana	G1. Concepción	M2. La Unión	
C. Sonsonate	Quezaltepeque	M3. El Carmen	
C1. Apaneca	G2. La Palma	M4. Intipucá	
C2. Caluco	G3. Potonico	M5. Meanguera del Golfo	
C3. Izalco	H. Cabañas	M6. San Alejo	
C4. Juayúa	H1. Ilobasco	N. Morazán	
C5. Nahuizalco	H2. Dolores	N1. Guatajiagua	
C6. Santo Domingo de Guzmán	I. La Paz	N2. Meanguera	
D. San Salvador	I1. Olocuilta	N3. Osicala	
D1. Panchimalco	I2. Santa María Ostuma	N4. Perquín	
E. La Libertad	J. San Vicente		
E1. La Libertad	J1. San Esteban Catarina		
E2. Huizúcar	J2. San Lorenzo		
E3. Jayaque	J3. San Sebastián		
E4. Sacacoyo	J4. San Vicente		
E5. San Juan Opico	J5. Santa Clara		
E6. Santa Tecla	J6. Tecoluca		
E7. Talnique	J7. Verapaz		
E8. Tamanique	K. Usulután		
E9. Tepecoyo	K1. Jiquilisco		
	K2. Puerto El Triunfo		

⁸⁵ CONAMYPE. Desarrollo del Movimiento Un Pueblo Un Producto en El Salvador y el Municipio de El Congo “Tour Lago de Coatepeque – El Tabudo”, 2014, pág. 9

El mapa anterior muestra como se ha expandido la estrategia a nivel nacional, el proceso de crecimiento ha tenido a su base las dos estrategias de crecimiento antes mencionadas. En total son 51 municipios que participan en la estrategia localizados en los 14 departamentos del país; se observa en el mapa que en los departamentos de La Libertad, San Vicente, La Unión y Sonsonate son los que más participan con porcentajes de participación de 18%, 14%, 12% y 12% respectivamente.

Ahora que se ha señalado los municipios que implementan la estrategia, se pasa a describir los productos y/o servicio y las características principales de estos.

Esta información está contenida en el anexo 4, en el cuadro se detallan cada uno de los departamentos que están impulsando la estrategia. Los municipios participantes tienen en común que los productos emblemáticos son básicamente producidos por pequeños productores y se confeccionan en su mayoría de forma artesanal, los productos seleccionados en la estrategia son entre otros, frutas (Jocotes, piña, coco, naranja, y otras), granos como el frijol y el café, además muchos productores participan con la estrategia a través de artesanías en las cuales se aprovechan “desperdicios” orgánicos como las cáscaras.

Además han desarrollado cadenas de valor, tal es el caso de Santa María Ostuma, con el cultivo de la piña han logrado reconocimiento y han logrado desarrollar una industria local de la piña, San Juan Opico donde se cultiva naranja los productores con asistencia de CONAMYPE y todas las instituciones involucradas han creado una cadena de valor y se producen desde artesanías (con los desperdicios), jaleas, vinos, mermeladas, jabones, velas aromáticas entre otros productos. Potonico, un municipio del Departamento de Chalatenango se identificó al Lirio Acuático como producto emblemático, de éste se fabrica papel con el cual se elaboran artesanías (Ver Anexo 4). Y así muchos municipios han tenido la capacidad de desarrollar industrias locales que benefician a sus pobladores.

Muchos pueblos participan en la estrategia mediante la atracción turística, ya que poseen bellezas naturales en su localidad, en estos lugares también se aprovecha para desarrollar festivales gastronómicos que tienen lugar los fines de semana.

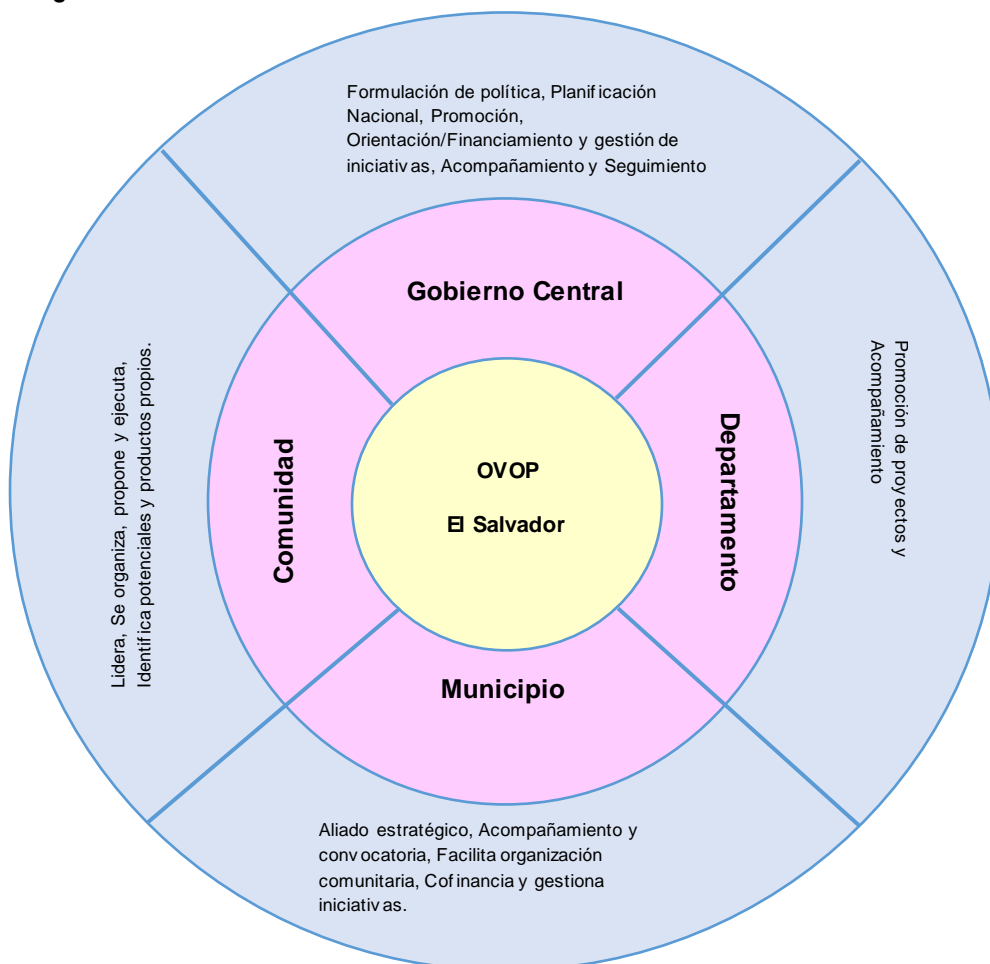
Las hortalizas también son consideradas productos emblemáticos y se impulsan mediante la estrategia; con toda esta amplia gama de productos se forman cadenas de valor, logrando darle mayor auge a los productos logrando el desarrollo de nuevas empresas e industrias en la zona.

De esa forma se involucran diferentes actores, que van desde productores, instituciones estatales, ONG'S, entre otros, que conforman los agentes involucrados en la estrategia.

III.3. Agentes y actores involucrados⁸⁶

La Estrategia UPUP, pretende promover la integración de esfuerzos para el fomento del desarrollo económico, reflejando los diferentes frentes de abordaje y participación de diversos actores, los cuales se representan en el siguiente diagrama:

Diagrama 2. Articulación Nacional del Movimiento OVOP



Fuente: Ministerio de Economía, Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa CONAMYPE “Estrategia Un Pueblo Un Producto”, El Salvador, 2012.

⁸⁶ CONAMYPE, Op. Cit. (Estrategia “Un Pueblo Un Producto” El Salvador), pág. 20

El gráfico muestra el OVOP en el país, compuesto por cuatro sectores, cada uno de ellos posee su propia importancia, su funcionalidad y su vinculación que conlleva a darle vida económica y sirve al movimiento y sustenta el bienestar y calidad de vida de la población que participa y se beneficia con esta estrategia de desarrollo puntual de un país.

Según la figura anterior se pueden definir a los actores de la siguiente manera⁸⁷:

- **Gobierno Central:** Para la estrategia el papel del Gobierno es fundamental, ya que tiene como rol la generación de propuestas de políticas públicas, la planificación, promoción, así como también identificar fuentes de financiamiento, el acompañamiento y seguimiento para el desarrollo del Movimiento Un Pueblo Un Producto. La posición ventajosa de este sector, es que puede incorporar la estrategia en su política fiscal.
- **Gobiernos Locales:** Un rol importante en el DEL lo realizan las Municipalidades, ya que para afianzar la estrategia se convierten en un aliado valioso para los diferentes territorios; quienes facilitan los procesos de organización local y territorial, convocatorias. Otro aspecto importante es el acompañamiento en la comunidad, fomento de las iniciativas en sus planes de desarrollo, apoyo con financiamiento y gestión de recursos que permita al municipio mostrar su identidad, tradiciones, cultura alrededor de un producto estrella del municipio.
- **Comités Locales Un Pueblo Un Producto:** Su papel consiste en liderar las acciones de la Estrategia en el municipio, está conformado por líderes comunales, líderes productores, grupo de mujeres, empresarias/os, cooperativas y asociaciones, el comité Un Pueblo Un Producto recibe la tutoría directa del Equipo Coordinador Regional CONAMYPE para la implementación de la metodología acompañando con un Plan de Seguimiento como instrumento que coordine las acciones a seguir en el municipio.
- **Comunidad:** conformada por los actores locales civiles, organizados y no organizados, el papel de la comunidad consiste en proponer y ejecutar acciones de una forma organizada, constituyen, facilitan y participan en los Comités Locales del Movimiento Un Pueblo Un Producto. Son los dueños del proceso de desarrollo económico local, por lo tanto, son actores claves y promotores de sus propios procesos de cambio en su localidad.

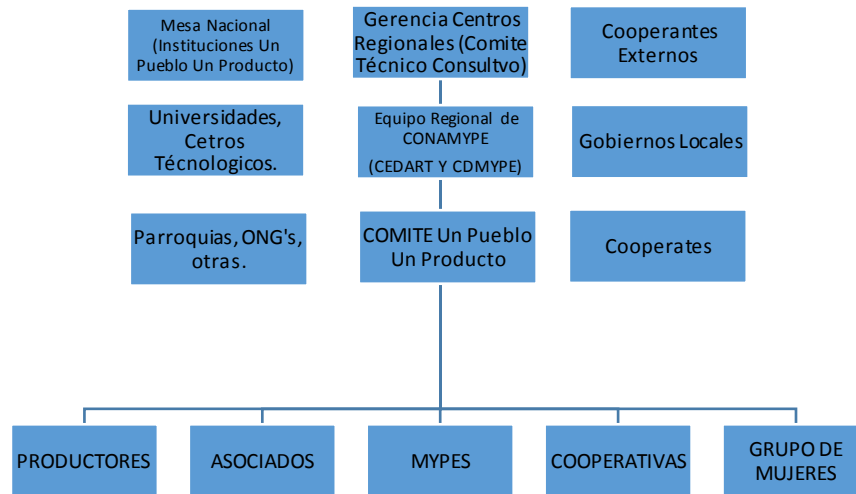
⁸⁷ *Ibíd.*, pág. 20

- Equipos Regionales (CRMYPE): conformadas por las oficinas desconcentradas de CONAMYPE en todo el país, (Centros Regionales), quienes coordinan los esfuerzos en el marco de la implementación de la estrategia y facilitan la integración de actores de apoyo para las iniciativas en los pueblos. Los Centros de Desarrollo Artesanal (CEDART) y Centros de Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (CDMYPE) que se ubican en los territorios son un soporte a través del cual se imparten servicios que proveen y se integran a partir de la coordinación del Centro Regional.

- Mesa Nacional (Instituciones) Un Pueblo Un Producto: Participan los titulares de las instituciones de gobierno, los cuales pretenden sensibilizar a los miembros de la estrategia a nivel nacional; su rol consiste en apoyar desde sus planes operativos, con el fin de integrar la estrategia nacional de desarrollo productivo que coordina la Secretaria Técnica de la Presidencia con la estrategia Un Pueblo Un Producto, que permita el DEL de una forma ordenada, como mecanismo para generar sinergias y maximizar los recursos.

- Cooperantes Externos: Lo conforman todos aquellos países que tienen los recursos para facilitar y contribuir al desarrollo de la Estrategia Un Pueblo UPUP, CONAMYPE coordina con el Ministerio de Relaciones Exteriores esfuerzos de gestión y vinculación de recursos para fortalecer el Movimiento.

Organigrama 1. Estructura Movimiento Un Pueblo Un Producto en El Salvador.



Fuente: Comisión Nacional de La Micro y Pequeña Empresa, CONAMYPE, “Estrategia Un Pueblo Un Producto, El Salvador, octubre 2012

CONAMYPE, basa la estrategia en forma territorial y desconcentrada desde las oficinas que se ubican en todo el país con el nombre de Centros Regionales CONAMYPE (CRMYPE), Centros de Desarrollo Artesanal (CEDART) y Centros de Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (CDMYPE), con la función ejecutiva o de implementación territorial de estrategias, programas de acciones, la dirección de desarrollo empresarial tiene como propósito articular estos servicios y cuya relación se presentó en el organigrama anterior. La estrategia, en la estructura interna de CONAMYPE se integra en la Gerencia de Centros Regionales, quien coordina e integra los esfuerzos para el diseño, promoción y ejecución de los ejes de la estrategia⁸⁸.

⁸⁸ *Ibíd.*, pág. 17

III.4. Factores en la implementación de la Estrategia Un Pueblo Un Producto.

Para la implementación de la Estrategia UPUP, se aborda en diversas instancias ya sean nacionales o municipales, instituciones públicas o privadas y los actores de las localidades en sus diferentes ámbitos de actuación.

Es importante considerar los factores positivos en el ámbito territorial y en el ámbito institucional que facilitan y aceleran la obtención de resultados; entre los factores que estuvieron presentes o que fueron necesarios desarrollarlos⁸⁹ son los siguientes.

1. Factores que se consideran en el ámbito territorial:

- Recursos tangibles o intangibles que sean representativos del territorio, que se les pueda agregar valor.
- Que la comunidad o territorio sienta orgullo hacia sus recursos.
- Que los productos o servicios reflejen la cultura e identidad de ese territorio.
- Que los productos o servicios presenten potencial de mercado creciente a nivel local y nacional.
- Capacidad organizativa de los actores para desarrollar sus productos y servicios a partir de sus productos locales.
- Capacidad de emprendimiento de los actores locales para impulsar estos procesos.
- Compromiso del gobierno local de apoyar el Movimiento Un Pueblo Un Producto.
- Existencia de organizaciones o instituciones de apoyo como plataforma para desarrollo de la industria en su territorio.

2. Factores que se consideran en el ámbito institucional:

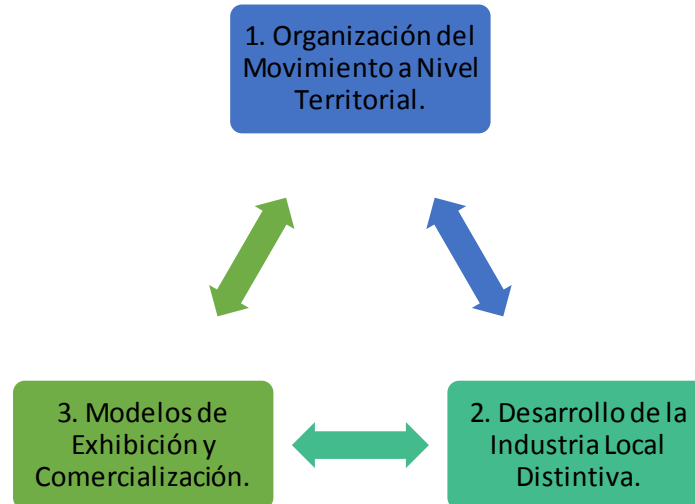
- Decisión institucional para dar soporte al trabajo en los territorios.
- Estructura organizativa responsable del desarrollo de la estrategia.
- Personal formado y sensibilizado en la filosofía y metodología del Movimiento Un Pueblo Un Producto.
- Alianzas interinstitucionales para fortalecer los procesos territoriales y nacionales.

Es necesario mencionar que cada territorio tiene sus propias particularidades, tesoros y riquezas a partir de los cuales se pueden promover procesos de desarrollo económico local.

⁸⁹ CONAMYPE, *Op. Cit.* (Guía de implementación de la Estrategia de Desarrollo...), pág. 17

Para que la estrategia se pueda desarrollar en los pueblos es necesario tomar en cuenta la metodología que conlleva tres grandes procesos, los cuales se entienden desde un enfoque holístico que propician su construcción y se mencionan en la siguiente figura:

Diagrama 3. Ruta de procesos del movimiento Un Pueblo Un Producto.



Fuente: “Guía de Implementación de la Estrategia de Desarrollo Económico Local “Un Pueblo Un Producto, El Salvador.”

De acuerdo a la gráfica anterior la estrategia inicia con la construcción del movimiento en los territorios⁹⁰, se considera clave mantener una sensibilización y motivación permanente de los actores locales, siendo fundamental en esta etapa la generación de compromisos y competencias para impulsar el movimiento, el gobierno local ha sido el encargado de coordinar una serie de procedimientos como son diagnóstico del potencial del territorio, validación de los productos, elaboración del plan de acción, la organización de mesas de trabajo, construcción del Comité Local Un Pueblo Un Producto, hasta llegar a la gestión de alianzas estratégicas en el territorio.

Construidas las bases para el desarrollo del movimiento Un Pueblo Un Producto, se hace necesario enfocar los esfuerzos en el desarrollo de la Industria Local Distintiva (ILD), ya que será el eje dinamizador de la economía del territorio a partir de la generación de ingresos y empleo para la comunidad.

⁹⁰ *Ibíd.* pág. 6

La ILD⁹¹ se desarrolla mediante una serie de fases, inicia con el fomento del emprendimiento, pasando por la promoción de la organización empresarial para general valor agregado, esto permite fomentar la articulación de la cadena de valor; es entonces necesario desarrollar políticas de fomento de la ILD, y realizar una gestión de la inversión de la industria local distintiva, desarrollar la capacidad de generación de valor agregado y así se podrán crear o desarrollar marcas de los productos o servicios de la comunidad, en la última fase se realiza la comercialización.

La tercera etapa, la han conformado los diferentes modelos de exhibición y comercialización, los cuales han sido⁹²: modelos de exhibición y comercialización descentralizada y modelos de exhibición y comercialización centralizada.

En los modelos de exhibición y comercialización centralizada se tiene por objetivo acercar el producto al consumidor, se realiza mediante la participación en ferias, festivales, en tiendas (Antena fija, tienda de paso o de estación de carretera, tienda de antenas itinerantes), etc. Y los productos son exhibidos en estantes, anaqueles, jabs y otros.

Los modelos de exhibición y comercialización descentralizada tienen como objetivo la dinamización de los territorios a través del fomento del turismo en los mismos, busca que los consumidores se acerquen a los productos, a través de la utilización de atractivos turísticos, que permitan además generar otras dinámicas económicas en su entorno. Desde los enfoques de modelos de exhibición y comercialización además de ser descentralizados o centralizados, pueden variar su enfoque y ser de visuales o vivenciales.

Un enfoque visual es aquel cuya estrategia de comercialización consiste en exhibir los productos, permitiendo que se aprecie la forma, el acabado y la calidad de los productos. El enfoque vivencial consiste en entregar valor agregado al cliente, brindándole junto con el producto una experiencia; por lo general se emplea una parte del proceso productivo como parte de la estrategia, generando un vínculo entre el cliente y el producto.

⁹¹ Se entenderá por ILD como el desarrollo de procesos y actividades especializadas que buscan transformar los recursos locales en productos o servicios con características diferentes que los identifiquen de sus competidores, proporcionando reconocimiento y orgullo a partir de que se convierte en una de las principales fuentes de ingreso de la comunidad.

⁹² CONAMYPE, *Op. Cit.* (Guía de implementación de la Estrategia de Desarrollo...), Pág. 44.

III.4.1 Institucionalización del concepto Un Pueblo Un Producto

CONAMYPE inicia el proceso de planificación para el quinquenio 2010 - 2014, incluyendo la promoción del Movimiento Un Pueblo Un Producto como una estrategia de intervención, la cual “tenía como objetivo principal el de desarrollar la capacidad creativa e innovadora de los pueblos para que, con base en sus recursos y oportunidades, se identifiquen y desarrollen productos y servicios en mercados locales y regionales”⁹³.

Se integra el Movimiento Un Pueblo Un Producto a la estrategia de trabajo, fomentando los diferentes abordajes territoriales bajo este concepto, lo cual demandó tres acciones claves:

1. Desarrollar un marco normativo de aplicación del movimiento a través de la Estrategia UPUP El Salvador”
2. Formación del recurso humano a través del conocimiento de la implementación en Japón de parte de técnicos y actores locales, alcaldes, líderes empresariales que facilitó reconocer las buenas prácticas desde el origen.
3. Se integra el modelo de exhibición para promover el orgullo de los pueblos y la comercialización de sus productos a través de:
 - a) Desarrollo de encuentros nacionales de forma anual “Encuentro de los Pueblos”
 - b) Estrategias de marcas territoriales
 - c) Catálogo de los pueblos
 - d) Desfiles, premios y concursos.

Como se ha planteado el objetivo de esta investigación, es evaluar la estrategia de manera objetiva; para ello se desarrolló un estudio de campo tomando como muestra algunos municipios para examinar los principios y fundamentos que la integran, por tanto, se desarrolló el estudio de casos de tres municipios dos de ellos antes mencionados, ya que formaron parte de la prueba piloto realizada por CONAMYPE y son “El Congo”, en el departamento de Santa Ana y “San Lorenzo” del departamento de Ahuachapán y además se tomó como muestra el municipio de “Concepción Quezaltepeque” del departamento de Chalatenango.

⁹³ *Ibíd.* pág. 7.

A continuación se desarrolla la caracterización de los municipios que forman parte del estudio, donde se detalla los rasgos más importantes y la descripción propia de los productos en cada uno. Además, aspectos claves como el desarrollo de los programas de capacitación que han tenido con la estrategia los diferentes municipios y como esto ha beneficiado el DEL. Se describe además los resultados obtenidos de los indicadores, en lo que respecta al empleo, la cooperación entre los diferentes actores y como todos estos factores han incidido en la mejora de la calidad de vida de los habitantes del municipio con la estrategia. Se diseñó una muestra para poder realizar la investigación de campo cuyo cálculo se explica en el anexo 5 de esta investigación.

III.5. Caracterización de los municipios y productos emblemáticos seleccionados

La estrategia que se evalúa mediante este estudio, pretende descubrir el potencial económico de los pueblos de El Salvador y de esa forma dar un paso a la construcción de iniciativas económicas tendientes a generar ingresos, empleos, y otros resultados de éxito obtenidos en cada uno de los municipios. Son pueblos que se integran en lo económico y social con características particulares y recursos naturales que los distinguen entre ellos y los demás pueblos del país. Lo que se pretende alcanzar con la estrategia es alcanzar DEL, para los casos de los municipios en estudio estas transformaciones comienzan a verificarse en algunos con mayor fuerza tal es el caso de San Lorenzo y El Congo donde la estrategia ha sido todo un éxito, no así para Concepción Quezaltepeque donde el impacto ha sido menor.

a) Municipio de San Lorenzo⁹⁴

Es un municipio del departamento de Ahuachapán, situado a 24 kilómetros al noroeste de la cabecera departamental, y 8 kilómetros al norte del municipio de Atiquizaya, al suroeste lo divide un kilómetro con la República de Guatemala. Tiene tres barrios (El Centro, El Pilar y La Vega); y de 6 cantones (El Portillo, El Tablón del Conacaste, Las Pozas, San Juan Buenavista, La Guascota, El Jicaral), así mismo cuatro caseríos (Los Potrillerillos, San Pedro Buenavista, El Zaral y el Valle de Los Sermeños) (Ver mapa 2-Anexo 6).

Su población es de 9,261 habitantes (para Junio de 2013), con una extensión territorial de 48.33 Km² aproximadamente, situado a una altura de 410 metros sobre el nivel del mar. Está circundado por los ríos San Antonio, río del Obraje, río Grande de San Lorenzo o río Paz. Se cultivan jocote barón rojo, loroco, granos básicos y hortalizas; existe crianza de ganado vacuno, caballar y especies menores.

⁹⁴ Alcaldía de San Lorenzo, Revista ONPAKU versión 2 “Un Pueblo, Cien Productos”, agosto 2015, pág. 3.

Para el caso de este municipio en donde se ha trabajado con el jocote barón rojo y el loroco se ha logrado crear una industria y una cadena de valor a partir de ambos productos, el movimiento OVOP llegó al municipio de San Lorenzo en 2010 a través de un voluntario de JICA, Ryohei Kuwai, y CONAMYPE.⁹⁵ Se inicia un proceso de sensibilización a nivel del territorio municipal en ese año. En el 2011 se destinaron \$9,700 a la realización del estudio de factibilidad para dicho municipio, el que tuvo como resultado la identificación de ambos productos, a raíz de ello se inició el proceso de organización y articulación de los actores, además el proceso de organización y legalización de cooperativas y asociaciones.

El jocote barón rojo se produce en el municipio desde mediados de la década de los 80's debido a las condiciones de los terrenos que son tierras rústicas, pero esas mismas según los requerimientos técnicos agronómicos son las apropiadas para cultivar este producto, pues es allí donde se tienen la cosecha de mejor calidad y mayor producción. Es una variedad de jocote de verano, cuentan con aproximadamente 1000 manzanas de cultivos y se produce un 80% del total de la producción nacional, están involucrados 600 productores que representan un 40% de la población del municipio.

La industria y cadena de valor que se ha creado en San Lorenzo se desarrolla en un primer momento con las cooperativas y productores independientes los cuales cultivan y cosechan los productos, en ese mismo proceso participa el movimiento de regantes sobre todo para el cultivo de loroco, después de ello intervienen los productores de bienes procesados agrupados en tres empresas que procesan y envasan los bienes secundarios estas son La Quiruba, la cooperativa de ACOAPJSAL DE R.L. que vende sus productos con esa misma marca y Angelica's food, estos poseen cada uno su planta procesadora en donde se realizan los procesos de selección, procesado y envasado de los productos, en esta misma etapa intervienen otras empresas que proveen empaques, etiquetas, envases de vidrio, en este caso cada una de ella tiene un proveedor diferente.

Finalmente el proceso de comercialización de los productos se realiza en los puntos de venta que tiene cada uno dentro del municipio, La Quiruba por su parte lo distribuye también en la tienda Un Pueblo Un Producto ubicadas en Ilobasco y San Salvador, esta misma empresa está actualmente negociando para vender sus productos a Walmart y cuenta con todos los permisos legales al mismo tiempo que cumple con las normas estándares sanitarias y fitosanitarias para poder exportar. Otra forma que tienen estas empresas de vender los productos es en las tiendas itinerantes en los festivales de pueblos vivos en los que participan.

⁹⁵ *Ibíd.*

Los productos derivados del jocote barón rojo son los siguientes: Jalea de jocote, pulpa de jocote congelada, refresco embotellado, jocote congelado, conserva de jocote, aderezo de jocote para alimentos, cheesecake de jocote, chicha de jocote, licor de jocote, mermelada de jocote, minutas de jocote, budín de jocote, chile con jocote.

El loroco es el segundo producto emblemático del lugar, hay aproximadamente 600 manzanas de cultivo de excelente calidad, un 30% de la población se dedica a esta industria agrícola local. Los productos derivados del loroco son los siguientes: Chile con loroco, quesadilla de loroco, cheesecake de loroco, minuta de loroco, salsa de tomate con loroco, pesto de flores de loroco, encurtido con loroco, pasta de loroco, entre otros platillos preparados con la flor. El 80% de estos productos son procesados y envasados.

Este municipio es reconocido a nivel nacional gracias a este movimiento que ha dado vida a ambos productos creando una pequeña industria en la cual participan las empresas antes mencionadas, y otros actores que posteriormente explicamos.

b) Municipio de El Congo

Este municipio pertenece al departamento de Santa Ana, se localiza al occidente del país a 840 metros sobre el nivel del mar, está limitado al oriente por el municipio de Ciudad Arce (departamento de la libertad), al norponiente por la ciudad de Santa Ana, además de los municipios de Nahuizalco y Armenia (del departamento de Sonsonate), su extensión territorial es de 91.43 Km² y se divide en 8 cantones y 35 caseríos (Ver mapa 3-Anexo 6). Dentro de sus principales recursos están el Lago de Coatepeque, el cual le pertenece geográficamente un 80%; la población es de 24,219 habitantes⁹⁶. La economía local se basa en los servicios turísticos que ofrece el lago, la pesca de mojarra fresca para la elaboración de platillos de pez ejote y mojarra rellena de camarones, las diversas opciones de restaurantes y hoteles, además se cultiva café y frutas.

En 2013 obtuvo el segundo lugar en el concurso virtual tourist⁹⁷ (Participaron 330 destinos de 50 países de todo el mundo) como la octava maravilla del mundo natural. El Ministerio de Turismo ha lanzado oficialmente el "Tour Lago de Coatepeque El T abudo", es un recorrido que está lleno de particularidades y leyendas.

⁹⁶ https://es.wikipedia.org/wiki/El_Congo.

⁹⁷ Sitio web, que ofrece diferentes opciones de hoteles, restaurantes, guías turísticas, destinos y todo lo relacionado a viajes en diferentes partes de los 5 continentes.

En el municipio se han realizado esfuerzos para impulsar el desarrollo turístico del Lago y se han creado asociaciones, pero la que más se ha involucrado en la estrategia desde su fundación en 2010 es “Asociación de Desarrollo Turístico Lago de Coatepeque”, y es la encargada del manejo de la Estrategia Un Pueblo Un Producto en el municipio, está integrada por 25 socios, siendo la coordinadora la Lic. Carmen Elena, quien manifiesta entre otras cosas que ha sido difícil poder integrar más miembros, pues los demás sectores no están interesados en participar y que continúe el desarrollo turístico del municipio. Estos propietarios son dueños de casi la mitad del lago y pertenecen a la clase con poder económico y político del país, los cuales visitan sus casas en la localidad en fines de semana y periodos festivos, y se oponen al desarrollo turístico pues les genera un cierto malestar el tener muchos visitantes en la zona, esto ha influido en no poder llegar a acuerdos que permitan mejorar las vías de acceso al lago, a ello se suma que muchos de los comerciantes que participan en la estrategia OVOP, no cuentan con escrituras de terreno que amparen la legal pertenencia de las tierras en donde están ubicados los comedores o restaurantes .

Pese a ello, se ha tenido un cambio y así como nace la “Ruta El Tabudo” con el apoyo del Ministerio de Turismo (MITUR) cuyo recorrido comprende:

- **Pinturas el Congo:** Dentro de la ciudad hay murales los cuales son un atractivo del municipio, han sido realizados en el casco urbano por pintores locales, para representar los lugares de la zona. se puede apreciar el Monolito, el famoso ídolo de El Congo de forma esferoidal y atribuida a la cultura Maya- Quiché.
- **Kioscos:** Ubicada en los alrededores del Puente El Congo, donde hay siete Kioscos para la comercialización de frutas y jugos, cuenta con juegos recreativos y plantas ornamentales.
- **Restaurantes y comedores en la autopista:** Esta zona ya contaba con algunos negocios los cuales han aumentado con la inauguración de la autopista (Carretera Panamericana), en donde se encuentran comedores, venta de frutas y artículos de primera necesidad.
- **El Bajadero:** Están ubicados en el caserío La Bendición, es el único lugar de acceso público y gratis en el lago en dichos lugares, realizan paseos en lancha y ofrecen diferentes platillos.
- **Restaurantes del Mirador:** Se encuentra en el sector del barrio La Cruz, en el cual se puede observar la totalidad del municipio del Congo y del Lago de Coatepeque.
- **Hotel Torremolinos:** Con una fachada que recuerda épocas pasadas, cuenta con jardines interiores y una espectacular vista al lago.

- **Restaurante Rancho Alegre:** Cuenta con piscinas y acceso al lago, se puede practicar buceo, alquiler de habitaciones, paseos en lancha y música en vivo.

Este municipio al igual que San Lorenzo con la puesta en marcha de la estrategia ha ganado protagonismo atrayendo un mayor número de turistas tanto nacionales como extranjeros.

c) Municipio de Concepción Quezaltepeque.

Ubicado en el departamento de Chalatenango, su nombre significa "*Montaña de los Quetzales*". Geográficamente, está ubicado a 72km de San Salvador y a 12Km de la ciudad de Chalatenango. Está limitado al Norte con los municipios de Comalapa y La Laguna; al Noreste con Las Vueltas; al Sur con Chalatenango y al Oeste, con Santa Rita. Está dividido en siete cantones (Monte Redondo, El Jocotillo, Olosingo, El Conacaste, El Pepeto, El Rosario y Llano Grande). Está situado a una altura de 440 metros sobre el nivel del mar, con un área de 52.54 Km, (como se ve en el mapa 4-anexo 6) y una población de 15,111 habitantes.⁹⁸

Este municipio se ha caracterizado por la elaboración de hamacas desde hace más de 130 años, es una tradición entre los pobladores y ha sido heredada de generación en generación, cerca del 60% de la población se dedica a esta actividad; los productos que actualmente se fabrican en el municipio son comercializados tanto local como internacionalmente. Además de elaboración de hamacas, se hacen bolsos de croché, alforjas, cebaderas, morrales, los cuales son parte de la actividad económica de la localidad. Antiguamente varios de los barrios que forman los cantones y caseríos de este municipio estaban bien marcados en cuanto al tipo de trabajo artesanal que desarrollaban es así que: en el barrio San José se dedicaba a torcer el mezcal, en el barrio San Jacinto conocido como los Sánc hez torcían y tejían la hamaca, en el barrio San Antonio se dedicaban a la elaboración de alforjas, en el barrio Las Flores tejían las cebaderas y el resto de la ciudad de Concepción Quezaltepeque tejían las hamacas.

Como se mencionó se ha caracterizado como una ciudad tejedora de hamacas, por ello se le reconoce como la ciudad de "Las Hamacas" y esto se puede ver fácilmente desde el primer saludo que dan los habitantes con el rotulo de bienvenida al entrar a la ciudad.

La hamaca es considerada una artesanía, y se describe como los objetos o productos que son realizados de forma manual con poca o sin maquinaria, en el que cada pieza es distinta a las demás, diferenciándola del trabajo en serie o industrial. La hamaca es el resultado del uso del telar vertical de origen ancestral y el

⁹⁸ https://es.wikipedia.org/wiki/Concepci%C3%B3n_Quezaltepeque.

tejido obtenido es conocido como “tejido de hamaca” comúnmente llamado “hamaca” y cuyo valor para la ciudad la ha convertido en parte del patrimonio cultural; manteniéndose vigente y siendo su elaboración transmitida de generación en generación.

Para elaborar las hamacas se usa como materia prima la pita de mezcal, hilo de algodón y en los últimos años el hilo nylon, así como otros materiales sintéticos, y también se han hecho variantes en el diseño de la misma hamaca. En la actualidad la hamaca hecha en el telar vertical ya no es la actividad económica más importante de los habitantes, debido a la disminución gradual en la venta de la misma, por la alta competencia de ventas de hamacas elaboradas en otros telares y/o materiales, pero cabe aclarar que hace más de una década las hamacas eran la única fuente de ingreso en el municipio.

Como la misma estrategia lo indica es necesario crear marcas territoriales, la marca país está definida Como “El Salvador, Un Pueblo Un Producto”, busca promover la diversidad nacional, la potencialidad local y representar aquellos empresarios que son parte del movimiento y cuyos productos son parte de la identidad de un pueblo, está dentro de la segunda etapa del Desarrollo de la Industria Local Distintiva, las marcas territoriales son isotipos, imago tipos y/o isologos que indican la procedencia territorial; a su vez se han creado marcas producto como por ejemplo: “Don jocote el barón rojo”, “Srta. Flor de loroco”, “Un Pueblo Un Orgullo San Lorenzo”, “San Lorenzo Ahuachapán- Un Pueblo Blanco, Limpio y Seguro”, Zona Turística la Bendición, Ruta El Tabudo- un destino encantado; en todos los municipios donde opera la estrategia se han creado marcas algunas de estas se muestran en el anexo 7. Para promover la estrategia y los productos que se elaboran se han creado “Ferias locales”, “Festivales gastronómicos”, “Ferias de Pueblo Vivos”, entre otras, de esa manera logran los municipios atraer turista y darse a conocer a nivel nacional e internacional.

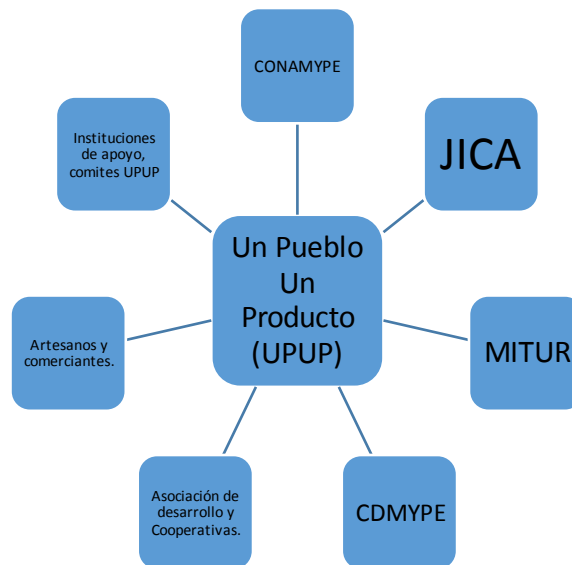
Como es posible observar todos estos pueblos tienen en común dedicarse a actividades económicas que tiene sus raíces dentro del mismo municipio, sean agrícolas, artesanales, etc.

De esa forma promocionan sus riquezas naturales y culturales cumpliendo uno de los principios de la estrategia, al examinar la totalidad de municipios que han adoptado la estrategia todos tienen esa misma cualidad (ver Anexo 4); de esa forma se pretende lograr independencia económica, se reflejará en transformaciones económicas y sociales en el mediano y largo plazo. Es necesario el involucramiento de los actores como se muestra en el apartado siguiente.

III.6. Articulación de actores de la estrategia en los municipios .

Todas estas iniciativas son administradas por el comité Un Pueblo Un Producto del municipio , además de otros actores entre estos la Alcaldía Municipal, Ministerio de Economía a través de CONAMYPE, MITUR, CDMYPE, Asociaciones y Cooperativas de los municipios. En general los actores que participan en cada uno de los municipios a nivel nacional se pueden articular como se observa en el siguiente diagrama.

Diagrama 4. Articulación de los actores- UPUP a nivel nacional.



Fuente: Elaboración propia, en base a investigación de campo.

Una de las claves básicas de la estrategia es la correlación entre los diversos actores, ya que es necesario que haya interacción entre los miembros para que la estrategia pueda desarrollarse, la alcaldía como ente gubernamental, el cual debe permitir y facilitar la gestión de los diversos planes de trabajo que se propongan, las cooperativas que deben involucrar a todos aquellos productores relacionados con la estrategia para mejores resultados; también es importante el acceso a los recursos para que puedan implementarse programas de capacitación técnica y financiera, en estos últimos juegan un papel crucial entidades como CONAMYPE y CDMYPE; la Casa de la cultura, es otra institución importante se encarga de coordinar actividades relacionadas a festivales y además en sus instalaciones se llevan a cabo talleres y capacitaciones, y por ultimo instituciones de apoyo: CONAMYPE, JICA, FAO, CENTA, MINEC, MITUR- Pueblos Vivos, RR.EE, INSAFOCOOP, ISTU, CORSATUR, DICA. Estas últimas son las encargadas de impartir capacitaciones a los productores. Todas estas son instituciones en común en los municipios,

aunque dependiendo de las necesidades que tengan así será el nivel de intervención o participación que tengan en éstos. Cada uno de los municipios ha creado sus asociaciones y cooperativas para los casos en estudio están los siguientes:

El municipio de San Lorenzo las cooperativas y asociaciones que participan son los siguientes⁹⁹:

- ✓ ACOAPJSAL de R.L. Produce, transforma y comercializa jocote barón rojo, loroco y sus derivados. Nace con el movimiento y obtuvo personería jurídica en 2011, cuenta con 300 mz de jocote, 100 mz de loroco y un centro de acopio.,
- ✓ Asociación de Desarrollo Comunal de Agricultores de San Lorenzo (AGRISAL) es una ADESCO y su rol fundamental es mejorar las condiciones de los miembros de la asociación y aumentar su producción y calidad para mejorar las ventas,
- ✓ Asociación de Regantes esta Cuentan con 4 kms de canales de regadíos,
- ✓ Cooperativa el Jícara, administra un Centro Ecoturístico “El Jícara”, posee piscinas, comedores y realiza procesos acuícolas,
- ✓ Comité de Desarrollo Turístico y Comité Gastronómico, tienen la finalidad de dar a conocer a los visitantes las plantaciones de jocote y loroco, mediante recorridos guiados,
- ✓ Comités de mujer, se han formado en cada uno de los cantones del municipio, para generar emprendedurismo, comités gastronómicos, solidaridad alimentaria.
- ✓ Microempresarios de la gastronomía, ubicados en el casco urbano del municipio y ofrecen diferentes platillos típicos y especialidades preparadas con los productos emblemáticos a los visitantes,
- ✓ Artesanos, son 9 familias que elaboran replicas mayas de barro, ollas, comales y sartenes de barro,
- ✓ Cooperación Italiana¹⁰⁰.

Para el caso del municipio de El Congo La Estrategia UPUP ha sido impulsada por los actores:

- ✓ Cooperativa Los Pinos de R.L.,
- ✓ Cooperativa ACPICACE de R.L.,

⁹⁹ Datos obtenidos del trabajo de campo de las entrevistas realizadas a los principales actores que participan en la estrategia UPUP en San Lorenzo.

¹⁰⁰ Financió el festival del jocote y loroco en 2012, diseñó el proyecto demostrativo Centroamericano “Fortalecimiento de Agrocadenas en El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua”, para mejorar la alimentación y nutrición de pequeños productores, aumentar ingresos estables obtenidos de la agricultura y mejorar la comercialización.

- ✓ Asociación de Desarrollo Turístico Lago de Coatepeque.

Para el caso específico de Concepción Quezalteque solo se tiene una asociación por parte de los artesanos es la Asociación Comunal de Artesanos de Concepción Quezaltepeque (A.C.A.C.Q.) ellos se encargan de la elaboración de hamacas, artesanías, bolsos entre otros productos.

III.7. Entidades de apoyo y programas de capacitación

Las entidades que imparten capacitaciones han de unificar sus esfuerzos, acorde a las necesidades que cada uno de los municipios para el caso los talleres impartidos en San Lorenzo las instituciones de apoyo que están involucradas en la estrategia, han realizado una serie de programas de capacitaciones que se han ofrecido a la población como parte de la estrategia y estos han servido para la elaboración de diferentes productos derivados del jocote y loroco. Entre los talleres realizados por actores locales están: talleres de sensibilización, creatividad y liderazgo, limpieza, descontaminación y reforestación.

Gracias a los cooperantes se han realizados otras capacitaciones y en diferentes campos:

1. Liderazgo (CONAMYPE),
2. Poscosecha e inocuidad (CENTA, FAO),
3. Almacenamiento (APA),
4. Manipulación de alimentos e inocuidad (CDMYPE, Unidad de Salud),
5. Buenas prácticas (FAO),
6. Escuela de campo, manejo de plaguicidas, contabilidad, atención al cliente, clases de cocina, computación.

Entre los talleres de OVOP realizados por expertos de JICA y CONAMYPE están¹⁰¹:

1. Rutas turísticas,
2. Capacitación de facilitadores de OVOP ,
3. Reunión integrada de OVOP,
4. Presentación de ONPAKU.

En el municipio de El Congo se ha implementado los siguientes talleres y capacitaciones:

¹⁰¹ III Intercambio Internacional de experiencias en DEL 27 de mayo 2014, Matagalpa, Nicaragua .

- Taller a empresarios de lanchas en primeros auxilios y atención a turistas,
- Capacitación en principios básicos para guías turísticos impartido por MITUR,
- Capacitación en cultura turística por parte de MITUR
- Capacitación en Diversificación de productos y presentación de Platos por parte de CDMYPE y UNICAES

Se han realizado capacitaciones que han sido impartidas por CONAMYPE, JICA, MITUR y CDMYPE, tales como:

- Capacitación en atención al cliente y al turista,
- Capacitación en procesos de inocuidad de los platillos
- Capacitación de elaboración de nuevos platillos

Dentro de los programas de capacitación, se ha logrado obtener ayuda económica por parte de CDMYPE para la realización de consultorías relacionadas a la industria turística local, y la realización de videos que se publican en rutaeltabudo.com de los cuales esta institución aporta \$800, si los costos no son cubiertos en su totalidad la cooperativa asume el resto de los gastos.

El municipio de Concepción Quezaltepeque han estado enfocados a mejorar las técnicas de tejido por ser la hamaca el producto que se promociona mediante la estrategia, además de que los talleres son enfocados en torno al producto han sido muy poco frecuentes, por lo tanto, el encargado de la casa de la cultura expresó que es necesario que se impartan más talleres para mejorar las técnicas y la calidad del producto.

Con la implementación de la estrategia Un Pueblo Un Producto, CONAMYPE trató de implementar programas de capacitación en favor de los artesanos del municipio. Sin embargo, la presencia de estos programas no ha sido tan protagónica, esto debido a la falta de interés por parte de la Alcaldía en fomentar programas orientados al rubro artesanal.

Algunos productores han recibido capacitaciones en varias ocasiones, para mejorar las técnicas y diseños en los tejidos, incorporando nuevos productos con diversos materiales como manualidades con productos reciclados, etc. Sin embargo, la mayoría de los artesanos ha aprendido la técnica de forma natural y en muchos casos familiar, como el tejido en macramé. Según Juan Francisco Escobar Tobías, gestor de la casa de la cultura, CONAMYPE se abocó hacia algunas productoras y focalizó ciertos grupos para

trabajar con ańil desde 2006, sin embargo, las capacitaciones no han sido constantes ni cuantiosas, por lo que consideran necesario incrementar el apoyo técnico en esta rea.

A nivel nacional también se imparten en otros municipios del territorio por medio de las ADESCO S en sus respectivos municipios, instituciones como CONAMYPE han impartido talleres principalmente enfocados a identificar liderazgos femeninos para empoderar a las mujeres en sus comunidades. El taller sobre principios básicos para guías turísticos se ha impartido en la mayoría de municipios que estn en el programa Pueblos Vivos, que impulsa el turismo local a nivel nacional, de esa forma los municipios que se encuentran en el programa y dentro de la estrategia en el país promueven su turismo gracias a esos talleres y aprovechan el beneficio de la estrategia.

Desde el 2015 el MITUR realiza capacitaciones en cultura turística, estas capacitaciones son desarrolladas en las tres zonas del país (occidental, central y oriental). Además, desde el inicio de 2015 se imparte el curso on-line (MITUR On-line) con la intención de fortalecer el sector turístico nacional por medio del programa e-learning. Los talleres de preparación y presentación de diferentes platillos se imparten en los municipios donde el producto que promueve la estrategia es la gastronomía En marzo de este año CONAMYPE clausuró un taller de formación artesanal en los departamentos de San Salvador y La Libertad. CDMYPE a través de distintas instituciones como universidades (UFG, UNICAES) han impartido capacitaciones de atención al cliente.

La mayoría de capacitaciones y talleres son impartidos por CONAMYPE y organizaciones cooperantes como JICA y la cooperación de Taiwán en la que dichos talleres y capacitaciones van dirigidas a mejorar la promoción del producto que se impulsa con la estrategia por propia iniciativa de CONAMYPE de mejorar la situación para que la estrategia tenga éxito en los municipios. Otra forma de conseguir esas capacitaciones por parte de CONAMYPE es contactarse con la organización y solicitar que impartan esas capacitaciones y ellos contestaran si pueden impartirlos y si habrá algún costo o si será necesario que la organización del municipio que solicitó la capacitación haga algún aporte.

Actualmente la articulación de los actores es lo que ha generado intereses en común y permita que aumente la producción de jocote y loroco, a su vez la rentabilidad, también la expansión hacia mercados internacionales incrementando la exportación de productos agrícolas y derivados. En el caso del municipio de El Congo no ha sido posible lograr una buena relación entre todos ellos, pues instituciones como la Alcaldía Municipal que deberían jugar un papel protagónico en la estrategia ha tenido poco interés en llevar a cabo diferentes programas u obras que pudieran beneficiar a los comerciantes y por tanto al

turismo de la zona, mientras que en el municipio de Concepción Quezaltepeque el apoyo se ha orientado a la ganadería y en menor grado la producción de hamacas que fue con la que inició la estrategia. Mejorar la cooperación entre los actores es el factor más importante para el éxito de la estrategia y su continuidad, ya que las condiciones de los municipios han mejorado considerablemente en los tres municipios desde su implementación, sin embargo hace falta mejorar algunos aspectos claves como la cooperación entre actores para lograr alcanzar un mayor beneficio de la estrategia.

A continuación se presentan algunos de los logros obtenidos con la estrategia en los municipios de estudio antes mencionados.

1. *Envasado y procesamiento de productos derivados.*

Uno de los puntos más importantes de la estrategia consiste en diversificar el producto insignia del municipio por lo que se ha optado por elaborar distintos productos a partir del jocote barón rojo y loroco en el caso de San Lorenzo, esto ha sido posible gracias a la cooperación de JICA y la cooperación taiwanesa que han proporcionado los conocimientos para diversificar los productos, una forma de los productos derivados que ha tenido mayor éxito son los productos derivados envasados y procesados ya que se venden a nivel nacional, la sola presentación envasada agrega valor y prestigio porque cambia la percepción del consumidor, y además al contar con los permisos sanitarios y fitosanitarios se pueden empezar a exportar a otros países entre estos figuran Estados Unidos y Japón que son las proyecciones a corto plazo además de Guatemala país al que se exporta en la actualidad.

2. *Exportación de productos derivados.*

Tanto éxito ha tenido el envasado de productos derivados que se ha empezado a exportar hacia Guatemala, y existen planes para empezar a exportar a otros países como Japón y Estados Unidos. Las marcas que exportan actualmente en San Lorenzo son ACOAPJSAL y La Quiruba, son las que cuentan con su propia planta de producción y logran exportar productos derivados envasados. Además de productos derivados envasados se exporta jocote y loroco sin transformación alguna.

3. Reconocimiento del municipio a nivel nacional

Los tres municipios son reconocidos a nivel nacional por sus productos representativos, gracias al prestigio de sus productos, los habitantes de los tres municipios concuerdan en que sus ciudades se han hecho famosas a nivel nacional por sus productos y por lo tanto son capaces de atraer turistas por la calidad de sus productos.

4. Incremento de la actividad turística.

Los turistas que recibía el Lago de Coatepeque antes de la implementación de la estrategia eran en su mayoría nacionales, pero esto ha ido cambiando, desde el 2013 se ha registrado una mayor presencia de turistas centroamericanos, suramericanos (en su mayoría colombianos), norteamericanos y europeos. Al lago llegan en fines de semana y festivos aproximadamente 10,000 turistas, que visitan los diferentes restaurantes; el Hotel Torremolinos que tiene capacidad de albergar 250 personas funciona con el cien por ciento de su capacidad para fechas festivas y entre un 50% a 75% los fines de semana.

El prestigio de los productos que ofrecen los municipios de San Lorenzo y Concepción Quezaltepeque ha generado un incremento en el número de turistas que visitan los pueblos. En el caso de San Lorenzo los festivales gastronómicos atraen más visitas los fines de semana. En Concepción Quezaltepeque el turismo ha mejorado gracias a eventos como el “Festival de las Hamacas” que se celebra el segundo domingo de noviembre, en el cual se exhibe la hamaca más grande del mundo con 60 metros de largo y 17 franjas de colores. Entre otras actividades que se realizan en este evento están la elección y coronación de la reina del festival, presentaciones artístico-culturales, como grupos de danza y de teatro. Y en los últimos años al festival de las hamacas se le ha agregado un Festival gastronómico en el que podrá degustar dulces y antojitos típicos, atol de elote, tamales, riguas, elotes locos, tortas, tacos, entre otros. Además se presenta información acerca de los lugares turísticos con los que cuenta el municipio, con el fin de atraer más turistas a la zona.

Este evento se lleva a cabo con la coordinación de la alcaldía, la casa de la cultura, apoyo por parte de entidades como CONAMYPE y MITUR, la parroquia Inmaculada Concepción de María, de Concepción Quezaltepeque y los artesanos, quienes tienen sus talleres artesanales, tanto en la zona urbana como rural, donde le dan vida a las principales calles del municipio con los pintorescos colores de sus creaciones. La técnica en la elaboración de artesanías es propia del municipio y ha sido fomentada por

décadas, heredada de generación a generación. Los métodos utilizados en la elaboración de las mismas varían, desde la forma más rústica, que consiste en anclar en árboles o postes a lo largo de las calles o patios de las casas los materiales a utilizar, hasta los tradicionales talleres de pedal o cárcola. Cerca del 80% de los pobladores se dedican a la elaboración de artesanías. Los productos que actualmente se fabrican en el municipio son comercializados en un mercado local, nacional y algunos pedidos que realizan de países del extranjero.

El turismo es otro de los beneficios que se pueden alcanzar con la estrategia ya que más turistas visitan las ciudades en donde los productos son reconocidos a nivel nacional y la diversificación y creatividad de los habitantes dan mayor prestigio a las ciudades. De esa manera la estrategia puede fomentar el turismo en todos los municipios en donde se implemente, primero mediante el reconocimiento a nivel nacional de los productos por su prestigio y además por la diversificación de ese producto insignia.

III.8. Resultados de la encuesta en los municipios en estudio

Una vez dado a conocer las características generales de los municipios en estudio para la evaluación de la estrategia UPUP, se procede a presentar los resultados obtenidos por la investigación de campo, la cual se desarrolló con visitas a los municipios realizadas en diferentes oportunidades, en estas se tuvo la oportunidad de hacer entrevistas a algunos de los actores que participan en el movimiento se realizaron encuestas a habitantes de la zona rural y urbana de los municipios; para el caso del municipio de San Lorenzo, se realizó entrevista al representante legal de la Cooperativa ACOAPJSAL, Omar Fajado y la representante legal de la Quiruba Lic. Sara quienes explicaron de manera amplia y detallada los inicios de la estrategia en dicho municipio y como se ha logrado integrar a diferentes productores, algunos problemas y desafíos que se han presentado en estos años y como han podido superarlos, logrando alcanzar buenos resultados. También en el municipio de El Congo y Concepción Quezaltepeque se entrevistó a la Lic. Carmen Elena (Líder del municipio, comerciante y principal impulsadora de la estrategia) y don Antonio Escobar (Productor de hamacas) respectivamente. Además de las entrevistas se pasaron encuestas (las cuales se explica su metodología en el anexo 5) a algunos habitantes de los municipios seleccionados al azar con el fin de obtener la información necesaria para evaluar la estrategia.

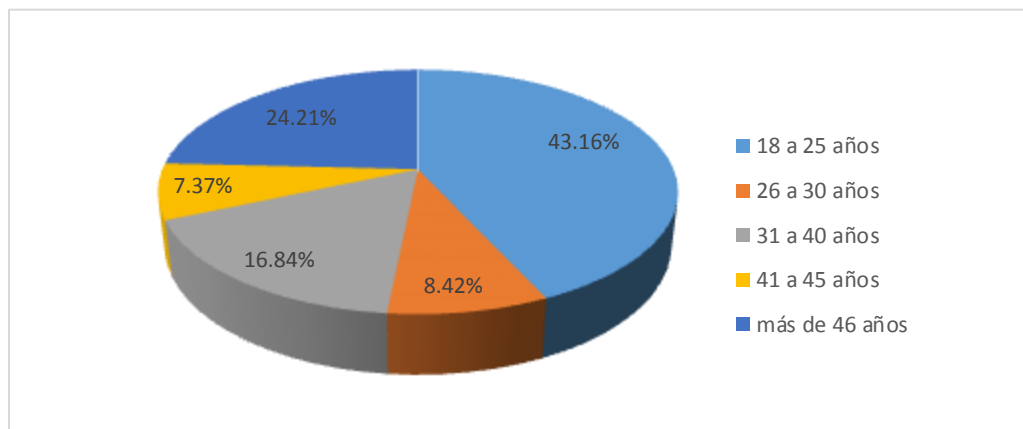
A) Municipio de San Lorenzo, Ahuachapán

1. Edad

Tabla 8. Edad de los encuestados en el municipio de San Lorenzo

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18 a 25 años	41	43.16%
26 a 30 años	8	8.42%
31 a 40 años	16	16.84%
41 a 45 años	7	7.37%
más de 46 años	23	24.21%
Total	95	100.00%

Gráfica 9. Edad de los encuestados en el municipio de San Lorenzo.



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 8.

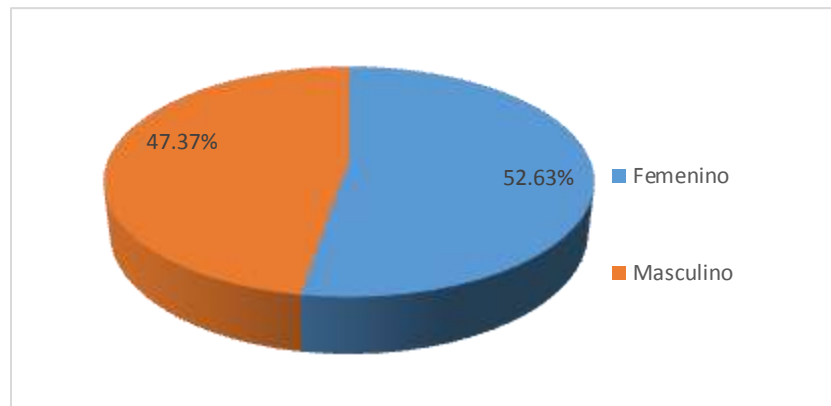
Como podemos observar en el gráfico una gran parte de la población encuestada es relativamente joven (más del 50%), seguido de un grupo de personas adultas mayores a los cuarenta y seis años (24.2%), el resto de la población encuestada está dividida entre los rangos de treinta a cuarenta y cinco años.

2. Género

Tabla 9. Género de los encuestados en el municipio de San Lorenzo

Género	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	50	52.63%
Masculino	45	47.37%
Total	95	100.00%

Gráfica 10. Género de los encuestados en el municipio de San Lorenzo.



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 9.

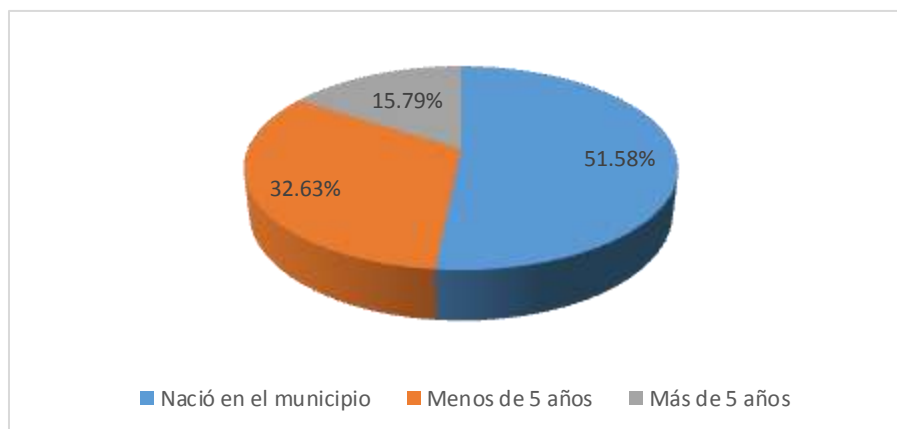
La mayor parte de la población encuestada es del género femenino (52.6%), ya que la hora encuestar los hogares había más presencia de mujeres que hombres. Sin embargo, la diferencia entre hombres y mujeres no es mucha, se mencionó que algunos los hombres se encontraba en labores de campo.

3. ¿Desde hace cuánto reside en el municipio?

Tabla 10. Tiempo de residencia de los encuestados en el municipio de San Lorenzo.

Tiempo de residencia	Frecuencia	Porcentaje
Nació en el municipio	49	51.58%
Menos de 5 años	31	32.63%
Más de 5 años	15	15.79%
Total	95	100.00%

Gráfica 11. Tiempo de residencia de los encuestados en el municipio de San Lorenzo.



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 10.

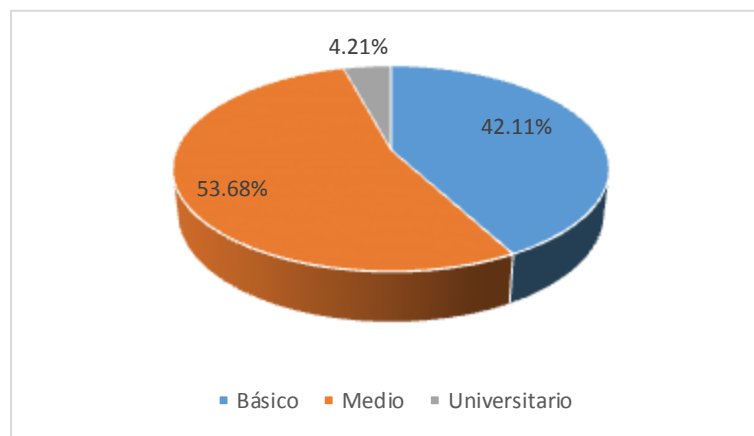
Según la tabla de datos la mayor parte de la población encuestada es originaria del municipio de San Lorenzo, lo que significa que conocen muy bien el municipio; un 33% tiene menos de cinco años de residir en la zona y el 16% tiene más de cinco años de vivir en la zona.

4. ¿Cuál es su nivel de escolaridad?

Tabla 11. Nivel de escolaridad de los encuestados del municipio de San Lorenzo.

Nivel de escolaridad	Frecuencia	Porcentaje
Básico	40	42.11%
Medio	51	53.68%
Universitario	4	4.21%
Total	95	100.00%

Gráfica 12. Nivel de escolaridad de los encuestados del municipio de San Lorenzo.



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 11.

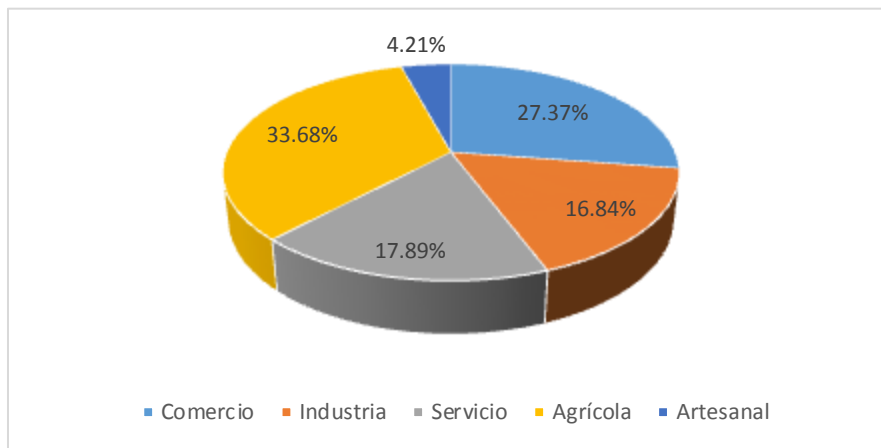
El 53% de la población encuestada posee un nivel de educación media, esto está asociado con planes educativos en la zona, ya que se fomenta en gran medida la superación académica brindando fácil acceso a los centros escolares, razón por la cual en promedio la mayor parte de la población joven cuenta con estudios de bachillerato, otra parte significativa, el 42% posee al menos educación básica y solamente una mínima parte el 4.21% posee estudios universitarios.

5. ¿A qué tipo de actividad económica se dedica?

Tabla 12. Actividades económicas de los encuestados del municipio de San Lorenzo.

Actividad económica	Frecuencia	Porcentaje
Comercio	26	27.37%
Industria	16	16.84%
Servicio	17	17.89%
Agrícola	32	33.68%
Artesanal	4	4.21%
Total	95	100.00%

Gráfica 13. Actividades económicas de los encuestados del municipio de San Lorenzo.



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 12.

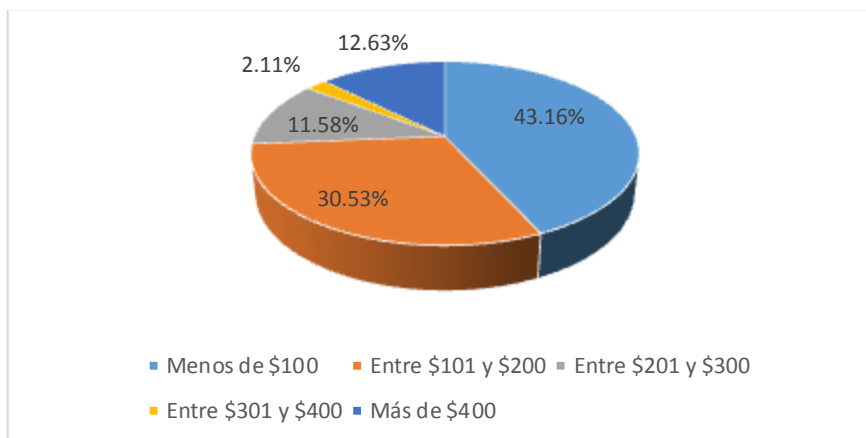
Las actividades económicas en San Lorenzo son variadas, sin embargo es la actividad agrícola la que predomina específicamente el cultivo del jocote barón rojo y el loroco, seguido del comercio de los productos que se cultivan, los cuales se venden a nivel local, nacional e internacional; otros aspectos importantes son las actividades de la industria y servicios, las cuales son desarrolladas en menor proporción en el municipio; la actividad artesanal realizada por los encuestados es mínima 4.2%.

6. En promedio ¿a cuánto asciende su ingreso mensual?

Tabla 13. Ingreso mensual de los encuestados del municipio de San Lorenzo.

ingreso mensual	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$100	41	43.16%
Entre \$101 y \$200	29	30.53%
Entre \$201 y \$300	11	11.58%
Entre \$301 y \$400	2	2.11%
Más de \$400	12	12.63%
Total	95	100.00%

Gráfica 14. Ingreso mensual de los encuestados del municipio de San Lorenzo.



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 13.

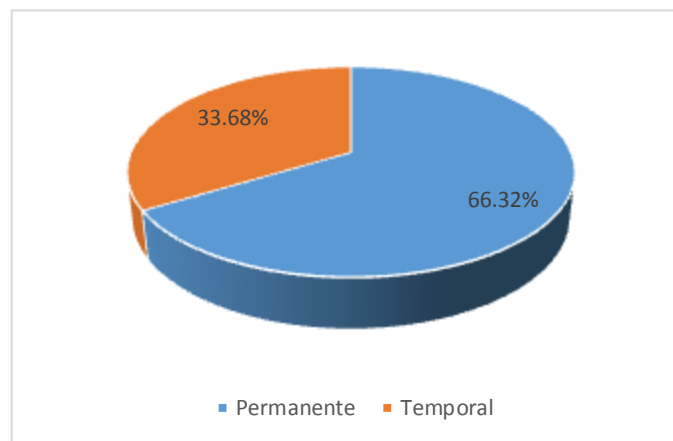
El 43.16% de la población encuestada afirma tener ingresos menores a los cien dólares, dedicada al cultivo, una proporción significativa (30.53%) obtiene entre cien y doscientos dólares mensuales, el resto que constituye una pequeña proporción y representa el 11.58% asegura recibir ingresos entre los doscientos y cuatrocientos, se pudo indagar que parte de esos ingresos son producto de las remesas familiares que reciben, al igual que las personas que obtienen ingresos arriba de \$400, muchos de ellos son receptores de remesas.

7. ¿Qué tipo de empleo posee?

Tabla 14. Empleo que poseen los encuestados en el municipio de San Lorenzo.

Tipo de empleo	Frecuencia	Porcentaje
Permanente	63	66.32%
Temporal	32	33.68%
Total	95	100.00%

Gráfica 15. Empleo que poseen los encuestados del municipio de San Lorenzo.



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 14.

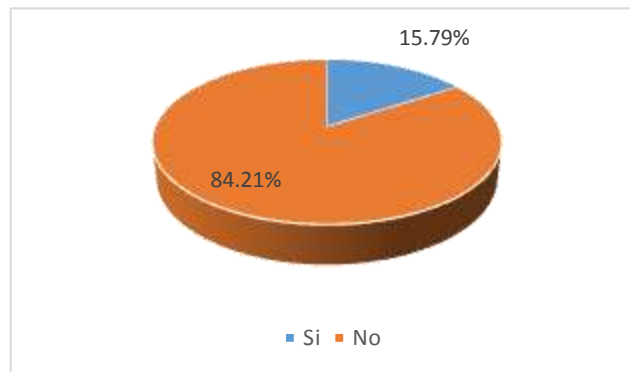
Según los datos tabulados, la mayoría de personas encuestadas afirma tener un empleo permanente, ya que trabaja en los cultivos que demanda mano de obra todo el año; otra parte de la población posee empleos temporales tales como algunos negocios de comida, restaurantes que aprovechan los festivales o días festivos en la que llegan turistas y demandan sus productos.

8. ¿Conoce la Estrategia Un Pueblo Un Producto?

Tabla 15. Personas encuestadas del municipio de San Lorenzo que conocen la estrategia.

Conocimiento de la estrategia UPUP	Frecuencia	Porcentaje
Si	15	15.79%
No	80	84.21%
Total	95	100.00%

Gráfica 16. Personas encuestadas del municipio de San Lorenzo que conocen la estrategia.



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 15.

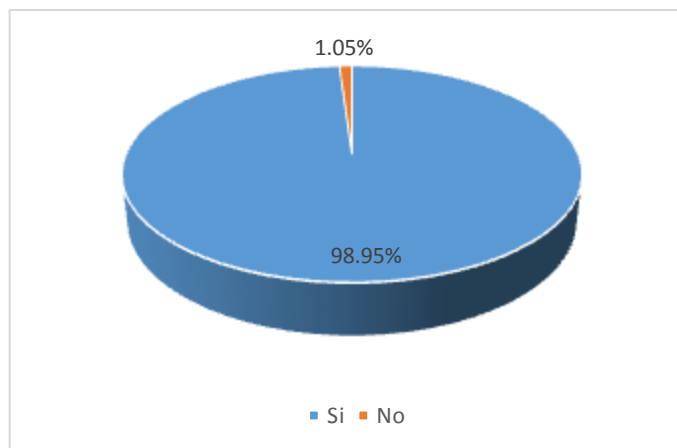
Al preguntarles a las personas encuestadas sobre la Estrategia Un Pueblo Un Producto un 84.21%, no tienen mucho conocimiento sobre dicha estrategia o sobre algún programa gubernamental o internacional relacionado con, por lo que en términos generales desconocen el concepto e importancia de la estrategia, siendo una debilidad del programa al no divulgar de una manera efectiva dicha parte ; aunque vale destacar que la población en general es conciente del desarrollo y relevancia que tiene el jocote barón rojo y el loro en cuanto al empleo e ingresos que generan.

9. ¿Considera que el producto o servicio que se impulsa mediante la estrategia, es representativo del municipio?

Tabla 16. Percepción de los encuestados sobre el grado de representación del producto y/o servicio de la Estrategia UPUP.

El loroco y jocote son representativos	Frecuencia	Porcentaje
Si	94	98.95%
No	1	1.05%
Total	95	100.00%

Gráfica 17. Grado de representación del producto y/o servicio de la estrategia UPUP.



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 16.

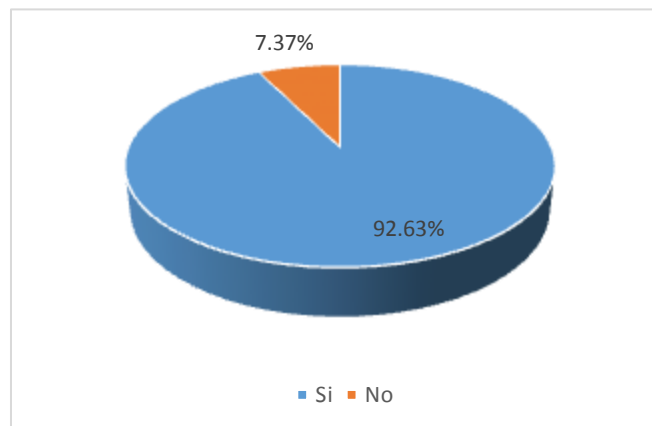
Según los resultados de la encuesta se puede observar que casi el cien por ciento de las personas encuestadas afirma conocer que existe un producto representativo del municipio y es el jocote barón rojo, así como también conocen de la importancia del cultivo de loroco, a pesar de que desconocen de la estrategia según la pregunta anterior, están conscientes de la importancia de producir dicho producto en San Lorenzo.

10. ¿Tiene conocimiento de alguna marca que represente los productos o servicios que se impulsan mediante la Estrategia UPUP?

Tabla 17. Conocimiento de las marcas representativas según los encuestados.

Conocimiento	Frecuencia	Porcentaje
Si	88	92.63%
No	7	7.37%
Total	95	100.00%

Gráfica 18. Habitantes que conocen marcas representativas del municipio.



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 17.

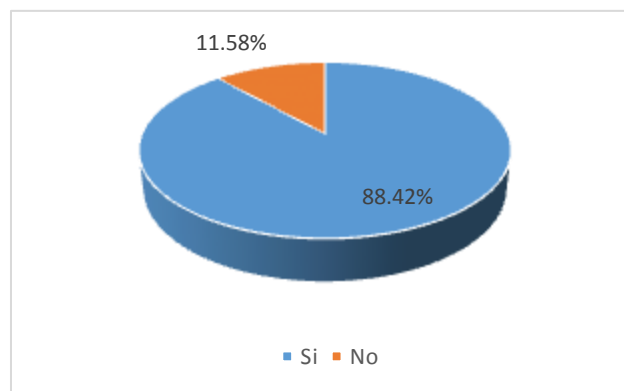
Un 92.6% de las personas encuestadas reconocen la existencia de una marca representativa del municipio, una de ellas "San Lorenzo", producto que vede la cooperativa ACOAPJSAL y otra marca conocida entre los lugareños es "La Quiruba", dichas marcas se han posicionado, reflejo de ello son las ventas significativas de jocote barón rojo y loroco tanto a nivel nacional como internacional.

11. ¿Considera que la creación de la marca ha incrementado el valor del producto o servicio emblemático del municipio?

Tabla 18. Beneficios de los productos emblemáticos según los encuestados.

Percepción de los encuestados	Frecuencia	Porcentaje
Si	84	88.42%
No	11	11.58%
Total	95	100.00%

Gráfica 19. Beneficios a los productos emblemáticos por la creación de la marca.



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 18.

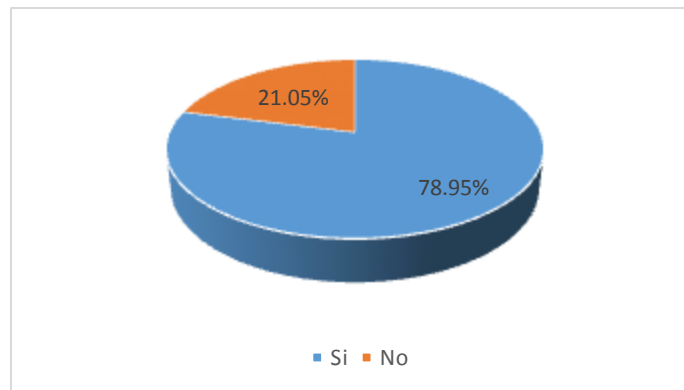
Según los resultados de la encuesta el 88.42% de la población encuestada considera que ha sido beneficiada con la creación de la marca los productos, pues ha incrementado el valor del producto.

12. ¿Se han implementado programas de capacitación o adiestramiento con la Estrategia UPUP, en el municipio?

Tabla 19. Conocimiento por parte de los encuestados de los programas de capacitación implementados con la Estrategia UPUP.

Conocimiento de programas de capacitación	Frecuencia	Porcentaje
Si	75	78.95%
No	20	21.05%
Total	95	100.00%

Gráfica 20. Conocimiento por parte de los encuestados de los programas de capacitación implementados con la Estrategia UPUP.



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 19.

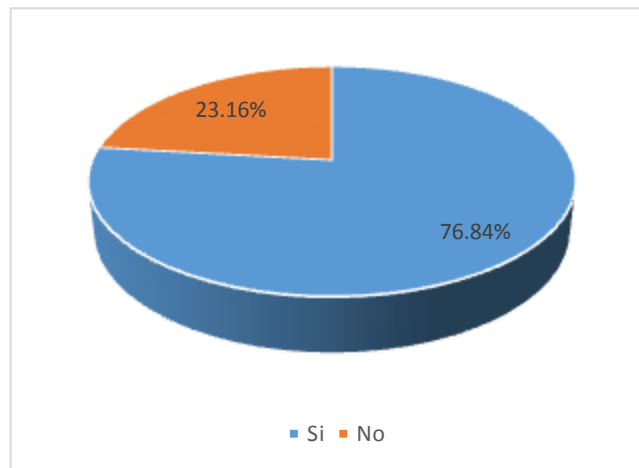
En relación con lo anterior el 79% de los encuestados afirman tener conocimiento de haber recibido capacitación y apoyo específicamente por parte de CONAMYPE, sobre marketing, estrategias de ventas, diversificación de productos, etc; sin embargo, aún hay un 21% de población que desconoce o no ha participado en las capacitaciones.

13. ¿Considera que se han visto mejorados los servicios que brindan los centros de salud del municipio, con la implementación de la estrategia?

Tabla 20. Percepción de los encuestados sobre mejora de los servicios de salud en el municipio.

Servicios de los centros de salud	Frecuencia	Porcentaje
Si	73	76.84%
No	22	23.16%
Total	95	100.00%

Gráfica 21. Percepción de los encuestados sobre los centros de salud en el municipio .



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 20.

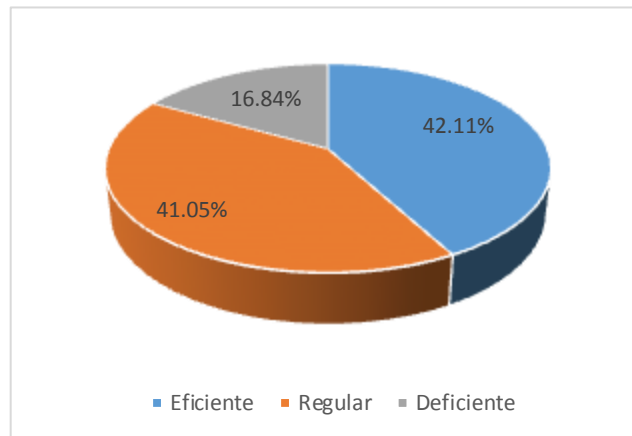
La percepción de un 76.8% de los encuestados del municipio es que reconocen la mejora que ha tenido el servicio de salud en San Lorenzo, manifiestan que hace algún tiempo la atención era deficiente y limitada, sin embargo, actualmente el panorama ha cambiado, ya que se han expandido los centros de salud y la calidad de los servicios ha mejorado.

14. Con la implementación de la Estrategia UPUP ¿cómo evaluaría el servicio de agua potable en el municipio?

Tabla 21. Evaluación de los encuestados sobre la calidad de agua potable en el municipio de San Lorenzo

Calidad del servicio de agua potable	Frecuencia	Porcentaje
Eficiente	40	42.11%
Regular	39	41.05%
Deficiente	16	16.84%
Total	95	100.00%

Gráfica 22. Evaluación de la calidad del servicio de agua potable en el municipio de San Lorenzo



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 21.

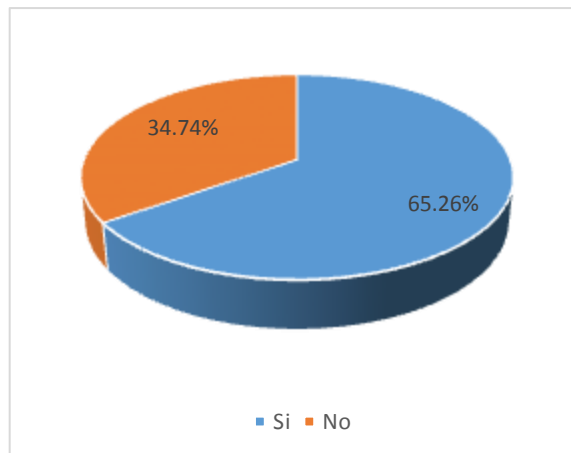
San Lorenzo está ubicado en una zona de abundante recurso hídrico, por lo que el 42.1% y 41.1% de los encuestados del municipio manifiestan tener un servicio de agua bastante eficiente y regular, esto favorece el cultivo de loroco que requiere agua y la calidad del mismo, lo que lo convierte en un elemento clave para la producción no solo del loroco sino también de otros cultivos.

15. ¿Existen zonas naturales protegidas dentro del municipio?

Tabla 22. Conocimiento de los encuestados sobre zonas naturales protegidas en el municipio de San Lorenzo.

Existen zonas naturales protegidas	Frecuencia	Porcentaje
Si	62	65.26%
No	33	34.74%
Total	95	100.00%

Gráfica 23. Zonas naturales protegidas en el municipio de San Lorenzo



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 22.

Por contar con mucho recurso natural, hídrico, flora y fauna San Lorenzo no solo es reconocido por su atractivo gastronómico, sino también forma parte de eco-turismo, ya que cuenta con recursos propios que son protegidas por los mismos habitantes y por las autoridades del municipio. El 65.3% de los encuestados contestaron que tienen conocimiento de la existencia de zonas protegidas en el municipio.

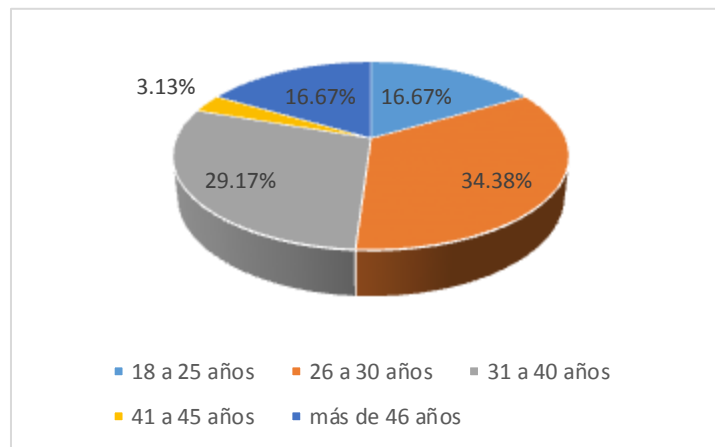
B) Municipio de El Congo, Santa Ana

1. Edad

Tabla 23. Edad de los encuestados en el municipio de El Congo

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18 a 25 años	16	16.67%
26 a 30 años	33	34.38%
31 a 40 años	28	29.17%
41 a 45 años	3	3.13%
más de 46 años	16	16.67%
Total	96	100.00%

Gráfica 24. Edad de los encuestados en el municipio de El Congo.



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 23.

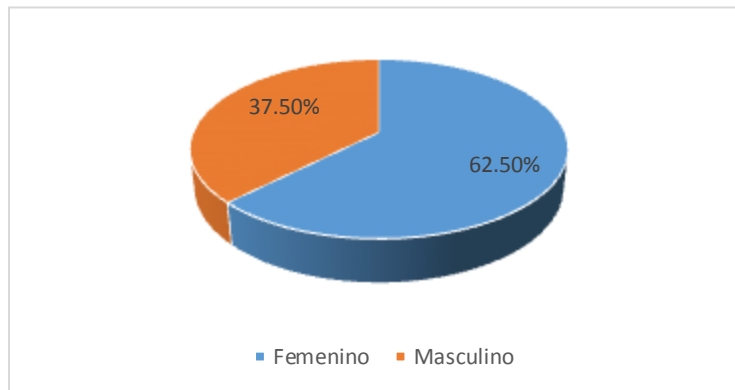
Como podemos observar el 34.38% de los encuestados tiene edades de 26 a 30 años, seguido de las personas entre 31 y 40 un (29.17%), las personas jóvenes entre los 28 y 25 años junto con los mayores a 46 años constituyen una parte significativa del total de la muestra (33.34%), el menor porcentaje de edad lo conforman las personas de 41 a 45 años solamente es un 3.13% del total de los encuestados.

2. Género

Tabla 24. Género de los encuestados en el municipio de El Congo

Género	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	60	62.50%
Masculino	36	37.50%
Total	96	100.00%

Gráfica 25. Género de los encuestados en el municipio de El Congo.



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 24.

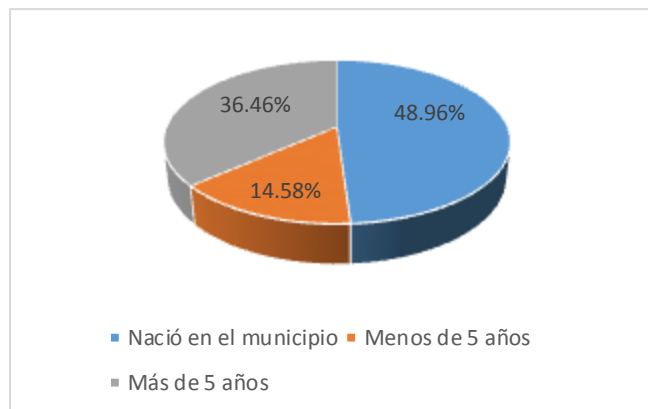
Según la muestra de las personas encuestadas, más de la mitad de las personas encuestadas en el municipio son mujeres (62.5%), y el resto son hombres (37.5%), lo que se explica por la mayor presencia de mujeres cuando se administró la encuesta.

3. ¿Desde hace cuánto tiempo reside en el municipio?

Tabla 25. Tiempo de residencia de los encuestados en el municipio de El Congo

Tiempo de residencia en el municipio	Frecuencia	Porcentaje
Nació en el municipio	47	48.96%
Menos de 5 años	14	14.58%
Más de 5 años	35	36.46%
Total	96	100.00%

Gráfica 26. Tiempo de residencia de los encuestados en el municipio de El Congo



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 25.

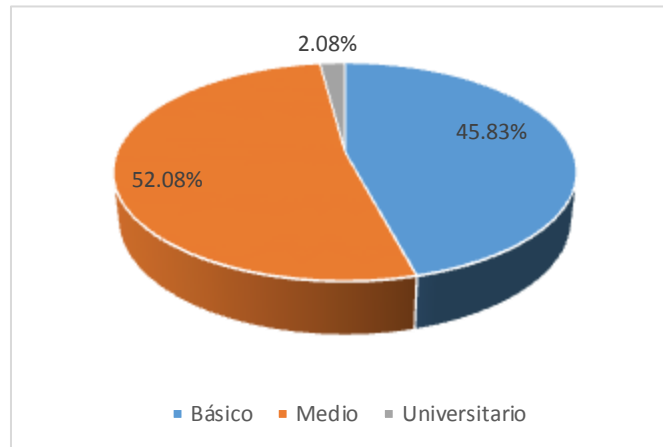
Los datos indican que casi la mitad el 49. % de las personas encuestadas afirman residir en el municipio desde su nacimiento, un 36.46% de la población tiene más de cinco años de vivir en el lugar y una pequeña parte tiene menos de cinco años de vivir en el municipio; de acuerdo a los resultados un alto porcentaje conoce muy bien el municipio.

4. ¿Cuál es su nivel de escolaridad?

Tabla 26. Nivel de escolaridad de los encuestados en el municipio de El Congo.

Nivel de escolaridad	Frecuencia	Porcentaje
Básico	44	45.83%
Medio	50	52.08%
Universitario	2	2.08%
Total	96	100.00%

Gráfica 27. Nivel de escolaridad de los encuestados en el municipio de El Congo



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 26.

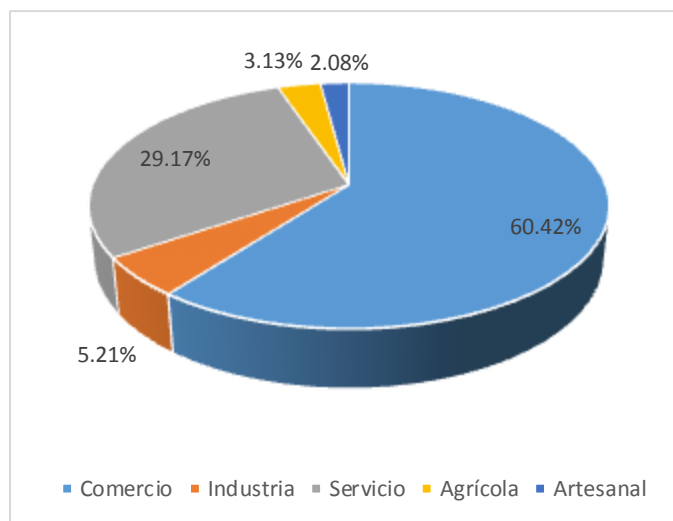
Un poco más de la mitad el 52.08% de la población encuestada afirma tener al menos un nivel de estudio académico medio, es decir estudios de bachillerato, seguido de una parte importante de la muestra que afirma tener al menos estudios básicos, entendidos como la primaria hasta noveno grado; y únicamente el 2.08% tienen estudios Universitarios.

5. ¿A qué tipo de actividad económica se dedica?

Tabla 27. Actividades económicas de los encuestados en el municipio de El Congo.

Actividad económica	Frecuencia	Porcentaje
Comercio	58	60.42%
Industria	5	5.21%
Servicio	28	29.17%
Agrícola	3	3.13%
Artesanal	2	2.08%
Total	96	100.00%

Gráfica 28. Actividad económica en el municipio de El Congo.



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 27.

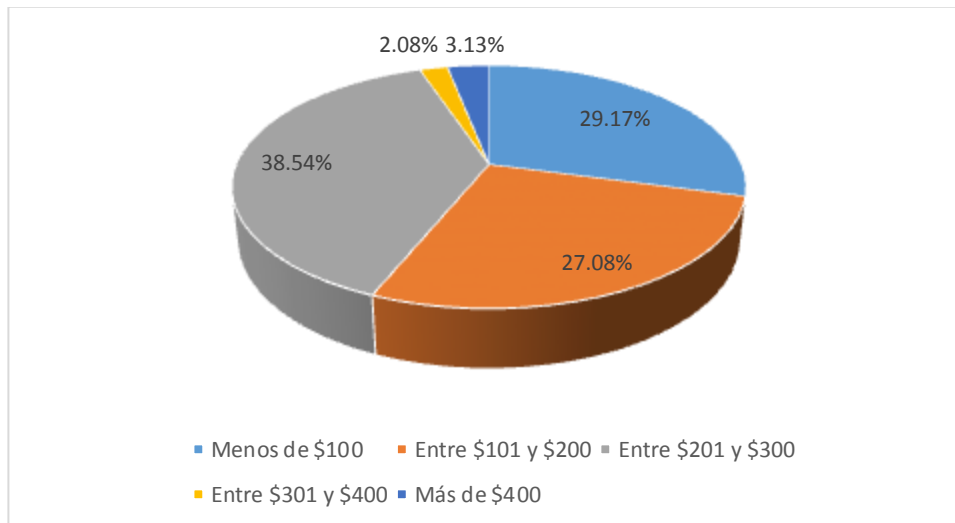
El Congo es un municipio que está estrechamente vinculado al comercio, para el caso el 60.42% de las personas encuestadas afirman dedicarse a la venta de comida, actividades recreativas como alquiler de motos acuáticas, paseos en lancha, etc. El eco-turismo es una actividad que forma una parte importante en este municipio; el 29.17% de las personas del municipio se dedica a trabajar en el área de servicios, industria y solamente el 2.08% a la elaboración de artesanías.

6. ¿En promedio a cuánto asciende su ingreso mensual?

Tabla 28. Ingreso mensual de los encuestados en el municipio de El Congo.

Ingreso mensual	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$100	28	29.17%
Entre \$101 y \$200	26	27.08%
Entre \$201 y \$300	37	38.54%
Entre \$301 y \$400	2	2.08%
Más de \$400	3	3.13%
Total	96	100.00%

Gráfica 29. Ingreso mensual de los encuestados del municipio El Congo



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 28.

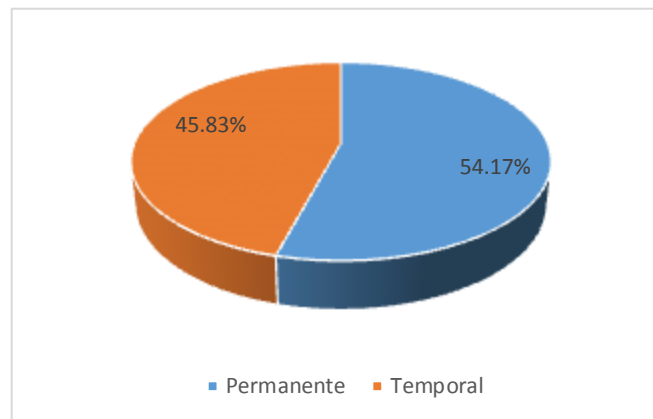
Del total de los encuestados el 27.08% afirma tener ingresos mensuales que rondan los \$200, la mayor parte de las personas encuestadas afirman que sus ingresos son menores a los \$100, y el 5.21% dijeron que sus ingresos son mayores a \$300.

7. ¿Qué tipo de empleo posee?

Tabla 29. Empleo que poseen los encuestados en el municipio de El Congo.

Tipo de empleo	Frecuencia	Porcentaje
Permanente	52	54.17%
Temporal	44	45.83%
Total	96	100.00%

Gráfica 30. Empleo que poseen los encuestados en el municipio de El Congo.



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 29.

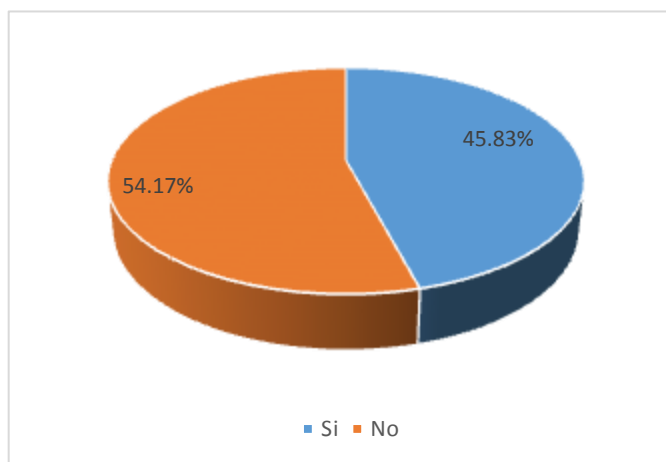
Como se puede observar claramente en la gráfica de las personas encuestadas el 54.17% afirma tener un trabajo permanente, esto debido a que gran parte de las personas posee algún tipo de negocio lo que los hace trabajadores permanentes, ya que algunos viven en el lugar donde trabajan; tal es el caso de los restaurantes, hoteles y diversos lugares con vista al lago de Coatepeque que viven del turismo; mientras que el 45.83% trabaja en periodo de temporada vacacional.

8. ¿Conoce la estrategia Un Pueblo Un Producto?

Tabla 30. Encuestados del municipio de El Congo que conocen la estrategia.

Conoce la estrategia UPUP	Frecuencia	Porcentaje
Si	44	45.83%
No	52	54.17%
Total	96	100.00%

Gráfica 31. Encuestados del municipio de El Congo que conocen la Estrategia.



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 30.

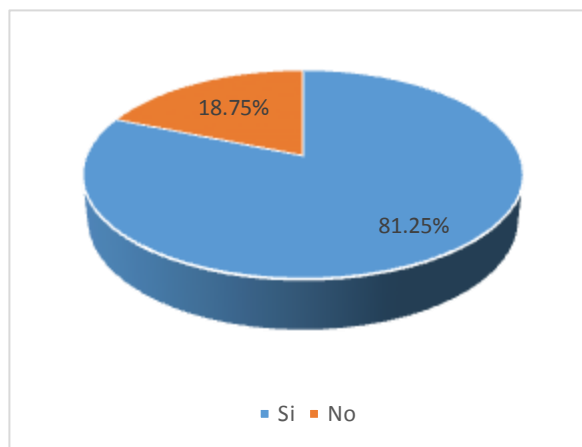
Del total de personas encuestadas más del 50% contestó que no conocen, ni han escuchado sobre la estrategia “*Un Pueblo Un Producto*” de CONAMYPE, por lo tanto, no saben en qué consiste ni que la estrategia se está desarrollando en el municipio. Sin embargo, una parte significativa al comentarles sobre eco-turismo, Ruta del Tabudo y pueblos vivos pudieron comprobar de qué se trató la estrategia.

9. ¿Considera que el producto o servicio que se impulsa mediante la estrategia, es representativo del municipio?

Tabla 31. Percepción de los encuestados sobre el grado de representación del producto y/o servicio en la estrategia UPUP.

El producto o servicio es representativo del municipio	Frecuencia	Porcentaje
Si	78	81.25%
No	18	18.75%
Total	96	100.00%

Gráfica 32. Es representativo el servicio turístico del municipio



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 31.

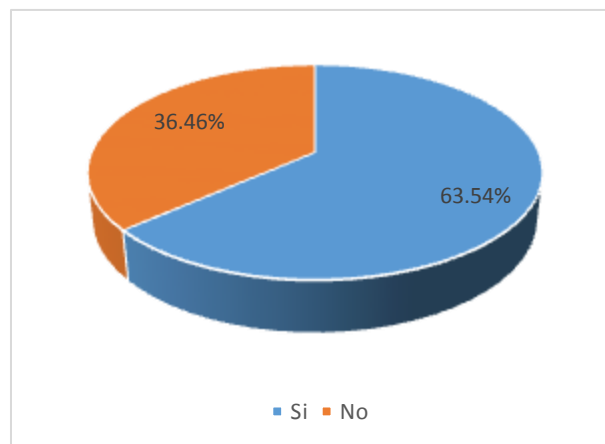
A pesar de que la mayoría de las personas encuestadas contestó en la pregunta anterior no conocer sobre la estrategia, cuando se les preguntó sobre alguna marca o producto que representa al municipio más del ochenta por ciento dijo que el lago de Coatepeque o “Ruta del Tabudo” los identifica y diferencia de otros municipios. Por lo que se puede decir que identifican al municipio por el auge que tiene el ecoturismo.

10. ¿Tiene conocimiento de alguna marca que represente los productos o servicios que se impulsan mediante la estrategia?

Tabla 32. Conocimiento de las marcas representativas según la encuesta.

Conocimiento	Frecuencia	Porcentaje
Si	61	63.54%
No	35	36.46%
Total	96	100.00%

Gráfica 33. Encuestados que conocen marcas representativas del municipio



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 32.

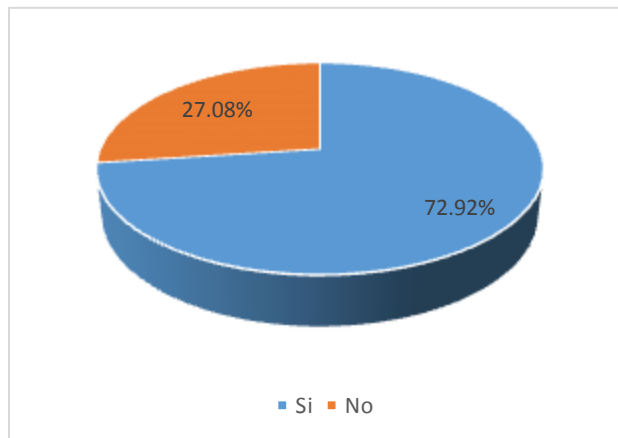
Al encuestar a las personas del municipio, se puede afirmar que en su mayoría reconocen al municipio por su recurso natural y el Eco-turismo que se impulsa con la estrategia, tratando de darle realce al lago de Coatepeque con la “Ruta del Tabudo”, la cual recorre El Congo y rodea desde lo alto de la calle el Lago de Coatepeque, el 64.54% reconocen la marca insignia del municipio.

11. ¿Considera que la creación de la marca ha incrementado el valor del producto o servicio emblemático del municipio?

Tabla 33. Beneficios de los productos y/o servicios emblemáticos según los encuestados.

Percepción de los encuestados	Frecuencia	Porcentaje
Si	70	72.92%
No	26	27.08%
Total	96	100.00%

Gráfica 34. Beneficio a los productos y/o servicios emblemáticos por la creación de la marca



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 33.

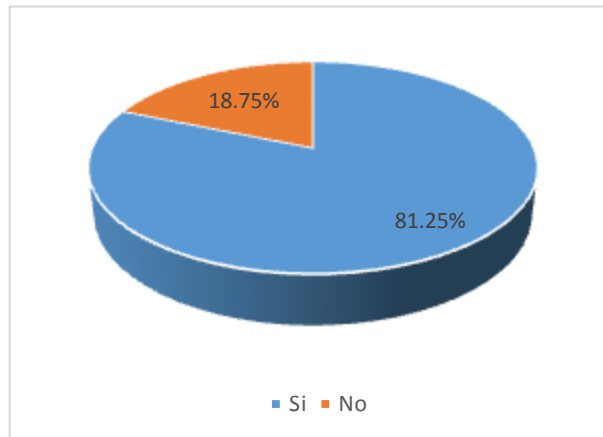
Tomando como referencia que la mayoría de las personas encuestadas reside en el municipio desde su nacimiento y que la estrategia comienza a desarrollarse en el año 2010, se puede afirmar que la implementación de la marca que caracteriza al municipio ha incrementado su valor; por medio del ecoturismo que fomenta y trata de promover tanto el turismo interno como externo, en ese marco el 72.92% afirma que se ha generado beneficios para el municipio la creación de la marca.

12. ¿Se han implementado programas de capacitación o adiestramiento con la estrategia, en el municipio?

Tabla 34. Conocimiento por parte de los encuestados de los programas de capacitación implementados por la estrategia UPUP.

Programas de capacitación	Frecuencia	Porcentaje
Si	78	81.25%
No	18	18.75%
Total	96	100.00%

Gráfica 35. Conocimiento por parte de los encuestados de los programas de capacitación implementados con la estrategia UPUP.



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 34.

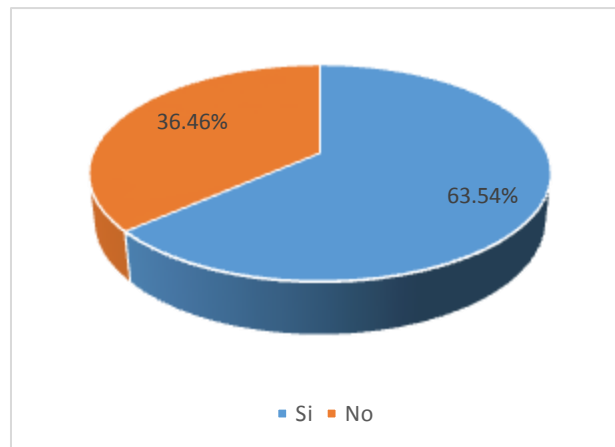
El 81.25% de los encuestados confirmaron tener conocimiento de programas de capacitación realizados en el municipio, ellos mismos en ocasiones han recibido algún tipo de capacitación, ya sea para mejorar la calidad de los alimentos, como clases de etiqueta, publicidad y marketing enfocadas a mejorar el DEL en el municipio, en este caso los establecimientos que trabajan con la estrategia.

13. ¿Considera que se han visto mejorados los servicios que brindan los centros de salud del municipio, con la implementación de la estrategia?

Tabla 35. Percepción de los encuestados sobre la mejora en los servicios de salud en el municipio.

mejorados centros de salud del municipio	Frecuencia	Porcentaje
Si	61	63.54%
No	35	36.46%
Total	96	100.00%

Gráfica 36. Percepción de los encuestados sobre los servicios de salud en el municipio.



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 35.

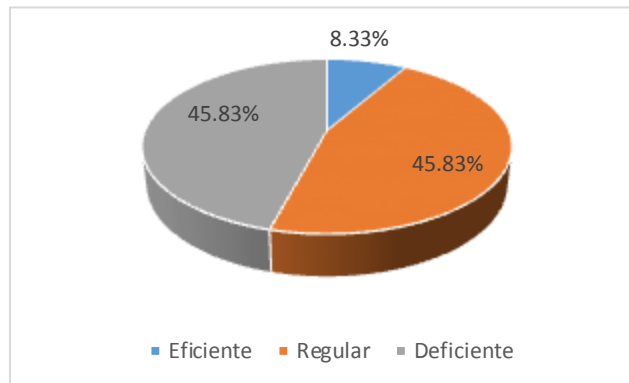
Uno de los objetivos claves de la estrategia es generar y promover “el DEL” y parte de esto incluye mejorar la calidad de vida de las personas. Al preguntar sobre los servicios que brindan los centros de salud, las personas respondieron que han mejorado significativamente que el 63.54% afirma que ha mejorado el servicio.

14. Con la implementación de la estrategia ¿cómo evaluaría el servicio de agua potable en el municipio?

Tabla 36. Evaluación de los encuestados sobre la calidad de agua potable en el municipio de El Congo

Calidad del servicio	Frecuencia	Porcentaje
Eficiente	8	8.33%
Regular	44	45.83%
Deficiente	44	45.83%
Total	96	100.00%

Gráfica 37. Evaluación del servicio de agua potable en el municipio de El Congo



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 36.

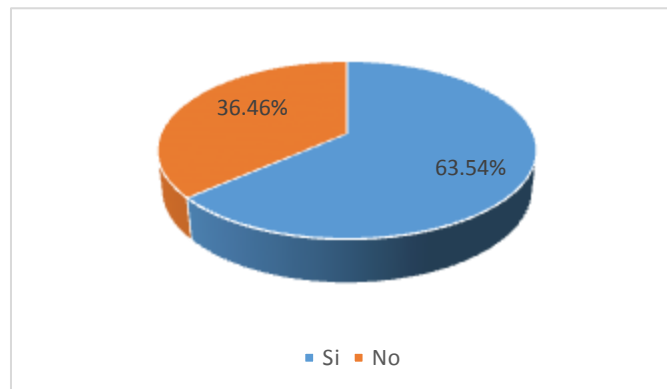
A pesar de que el recurso hídrico es abundante en el municipio por encontrarse a las orillas del Lago de Coatepeque, el servicio de agua potable no satisface las necesidades de los habitantes del municipio, ya que han experimentado reducciones en los niveles de agua, y del lago debido a factores exógenos ambientales como el calentamiento global, la contaminación, etc. Gran parte de los hogares no cuentan con agua potable lo que hace que un 45.83% de los encuestados manifieste que no están satisfechos con el servicio.

15. ¿Existen zonas naturales protegidas dentro del municipio?

Tabla 37. Zonas naturales protegidas en el municipio de El Congo

Existen zonas naturales protegidas	Frecuencia	Porcentaje
Si	61	63.54%
No	35	36.46%
Total	96	100.00%

Gráfica 38. Zonas naturales protegidas en El Congo



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 37.

Claramente el municipio se encuentra en una zona que a simple vista permite reconocer la predominancia de la naturaleza; sin embargo muchas de las zonas que rodean el Lago forman parte de propiedades privadas y muchas de ellas no les brindan el cuidado necesario. Existen algunas áreas naturales protegidas en el lago, las cuales pueden ser visitadas en lanchas por los turistas, estas son reconocidos por la mayoría de las personas que fueron encuestadas. No obstante la tercera parte de los encuestados desconoce que existan zonas naturales protegidas alrededor del lago.

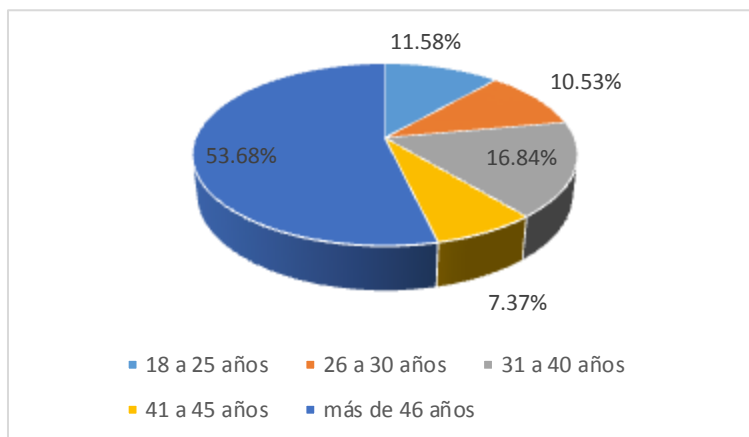
C) Municipio de Concepción Quezaltepeque, Chalatenango

1. Edad

Tabla 38. Edad de los encuestados en Concepción Quezaltepeque.

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18 a 25 años	11	11.58%
26 a 30 años	10	10.53%
31 a 40 años	16	16.84%
41 a 45 años	7	7.37%
más de 46 años	51	53.68%
Total	95	100.00%

Gráfica 39. Edad de los encuestados en Concepción Quezaltepeque



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 38.

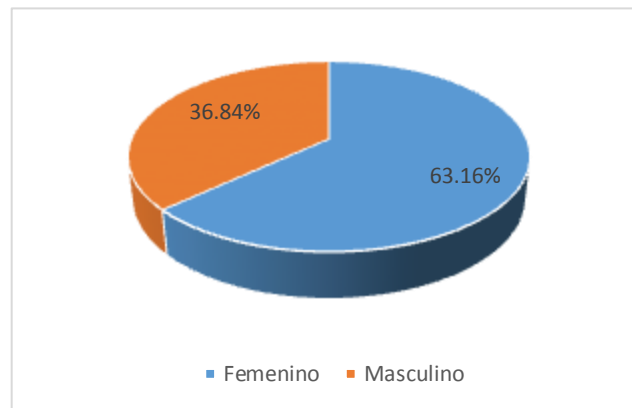
El 53.6% de las personas encuestadas poseen más de cuarenta y seis años, un 16.8% de las personas cuenta con entre dieciocho a veinticinco años; una mínima parte, 7.37% oscila las edades comprendidas entre cuarenta y uno y cuarenta y cinco años; por lo que podemos decir que una gran parte de la población está conformada por adultos y personas de la tercera edad.

2. Género

Tabla 39. Género de los encuestados en el Municipio de Concepción Quezaltepeque

Género	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	60	63.16%
Masculino	35	36.84%
Total	95	100.00%

Gráfica 40. Género de los encuestados en el Municipio de Concepción Quezaltepeque.



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 39.

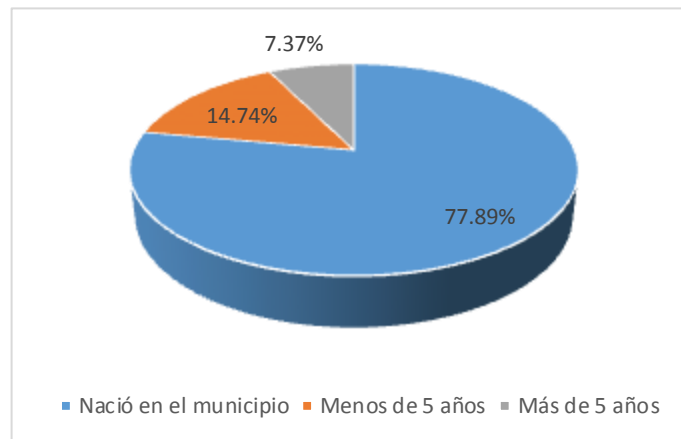
Según los datos obtenidos se puede observar que la mayor parte de la población, un 63.1% está conformada por mujeres, ya que en la mayoría de hogares que fueron encuestados había en promedio más mujeres, que hombres, según la muestra del total de población solo un 36.84% de los hombres fueron encuestados.

3. ¿Desde hace cuánto reside en el municipio?

Tabla 40. Tiempo de residencia de los encuestados en el municipio de Concepción Quezaltepeque.

Tiempo de residir en Concepción Quezaltepeque	Frecuencia	Porcentaje
Nació en el municipio	74	77.89%
Menos de 5 años	14	14.74%
Más de 5 años	7	7.37%
Total	95	100.00%

Gráfica 41. Tiempo de residencia de los encuestados en el municipio de Concepción Quezaltepeque.



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 40.

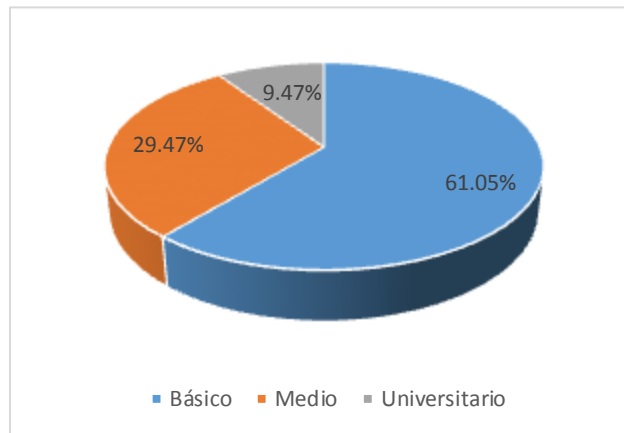
Al encuestar una parte de las personas del Municipio de Concepción Quezaltepeque se puede constatar que un 77.8%, es decir la mayor parte de la población reside en el municipio desde su nacimiento, lo que nos permite afirmar que en su mayoría conocen muy bien el lugar, y son capaces de opinar con propiedad sobre su lugar de origen. Una parte pequeña de la población encuestada, (14.7%) tiene menos de cinco años de vivir en el municipio, este porcentaje es debido a la migración generada por la delincuencia, lo que los ha llevado a migrar de otros pueblos o zonas aledañas al municipio.

4. ¿Cuál es el nivel de escolaridad?

Tabla 41. Nivel de escolaridad de los encuestados en el municipio de Concepción Quezaltepeque.

Nivel de escolaridad	Frecuencia	Porcentaje
Básico	58	61.05%
Medio	28	29.47%
Universitario	9	9.47%
Total	95	100.00%

Gráfica 42. Nivel de escolaridad de los encuestados en el municipio de Concepción Quezaltepeque



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 41.

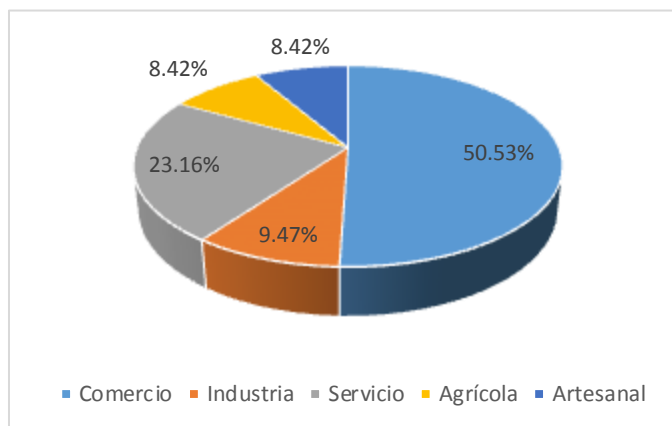
El 61% de la población encuestada posee al menos los conocimientos básicos de primaria a noveno grado, es decir más de la mitad de la muestra, esto tomando en cuenta que muchas de las personas que se encuestaron tienen una edad adulta y que residen en la zona desde su nacimiento; por ser un pueblo tradicionalista en donde a temprana edad se han dedicado al comercio, para ellos superarse académicamente no constituía una prioridad, sino la generación de ingresos. Un 29.4% ha logrado obtener un título de bachiller en las afueras del municipio, al igual que en los otros municipios un pequeño porcentaje ha logrado obtener estudios universitarios, esto sin duda está relacionado a los bajos ingresos y poca accesibilidad.

5. ¿A qué tipo de actividad económica se dedica?

Tabla 42. Actividades económicas de los encuestados del municipio de Concepción Quezaltepeque

Actividad económica	Frecuencia	Porcentaje
Comercio	48	50.53%
Industria	9	9.47%
Servicio	22	23.16%
Agrícola	8	8.42%
Artesanal	8	8.42%
Total	95	100.00%

Gráfica 43. Actividades económicas de los encuestados del municipio de Concepción Quezaltepeque



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 42.

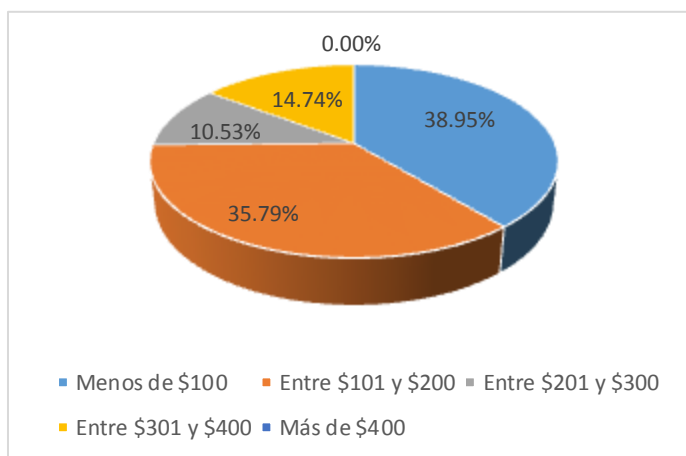
Como se puede observar claramente en el gráfico al comercio es a lo que más se dedican los habitantes de Concepción Quezaltepeque, obteniendo un resultado del 50.5%, ya que según sus pobladores es un municipio netamente ganadero y una parte importante se dedica a comercializar textiles, hilos, hamacas y sus derivados, lo que lo convierte en un municipio bastante comercial. El 23.1% se dedica a los servicios como trabajos gubernamentales o de ONG's; menos del 10% se dedica a la industria, pero no dentro municipio sino en sectores aledaños y muy poco porcentaje al sector agrícola y artesanal, según ellos la rentabilidad de estas actividades no es muy buena y no genera muchas ganancias para dedicarse por completo a este rubro.

6. En promedio ¿a cuánto asciende su ingreso mensual?

Tabla 43. Ingreso mensual de los encuestados en el municipio de Concepción Quezaltepeque.

Ingreso mensual	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$100	37	38.95%
Entre \$101 y \$200	34	35.79%
Entre \$201 y \$300	10	10.53%
Entre \$301 y \$400	14	14.74%
Más de \$400	0	0.00%
Total	95	100.00%

Gráfica 44. Ingreso mensual de los encuestados en el municipio de Concepción Quezaltepeque.



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 43.

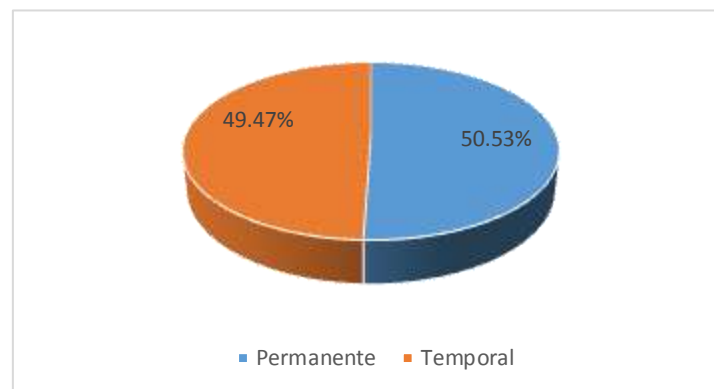
Al observar la tabla de datos se puede afirmar que los ingresos mensuales que obtienen las personas encuestadas en el municipio son precarios, ya que en su mayoría el 38.9% de las personas encuestadas contestó que los ingresos no superan los cien dólares, un 35.79% de los encuestados que se dedican a la comercialización, obtienen ingresos entre los cien y doscientos dólares, lo que nos permite identificar una baja capacidad adquisitiva; apenas el 14.7% obtienen un rango de trescientos y cuatrocientos dólares, con empleos fuera del municipio; los que ganan entre doscientos a trescientos son en parte ganaderos que comercializan dentro y fuera del municipio.

7. ¿Qué tipo de empleo posee?

Tabla 44. Empleo que poseen los encuestados en el municipio de Concepción Quezaltepeque.

Tipo de empleo	Frecuencia	Porcentaje
Permanente	48	50.53%
Temporal	47	49.47%
Total	95	100.00%

Gráfica 45. Empleo que poseen los encuestados en el municipio de Concepción Quezaltepeque.



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 44.

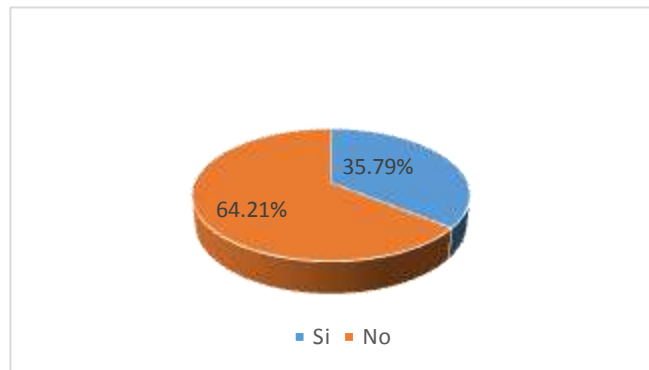
Al hacer esta pregunta la mitad de las personas encuestadas identificaron el trabajo permanente con los negocios que poseen o la venta de productos de los cuales son sus propios dueños, en otros casos encontramos a varias familias que se unen entre sí para confeccionar hamacas y se dividen las diferentes etapas de producción lo que lo convierte en su momento en un trabajo temporal.

8. ¿Conoce la Estrategia Un Pueblo Un Producto?

Tabla 45. Personas encuestadas del municipio de Concepción Quezaltepeque que conocen la estrategia UPUP.

Conoce la estrategia Un Pueblo Un Producto	Frecuencia	Porcentaje
Si	34	35.79%
No	61	64.21%
Total	95	100.00%

Gráfica 46. Personas encuestadas del municipio de Concepción Quezaltepeque que conocen la estrategia.



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 45.

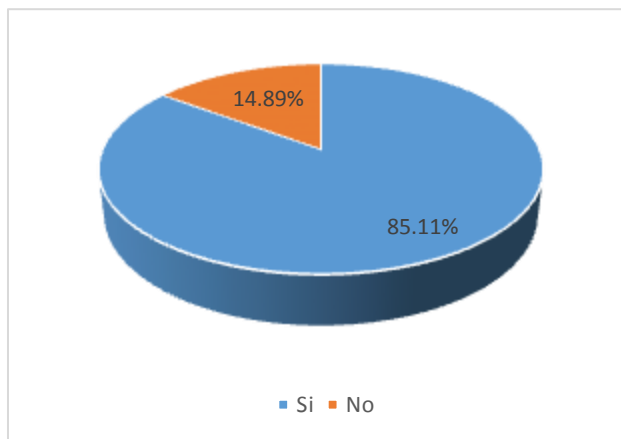
Cuando se les preguntó a las personas sobre la estrategia UPUP en un primer momento la respuesta fue negativa, ya que muchas personas no tienen conocimiento sobre el concepto de estrategia y no están muy familiarizados con el término; sin embargo, al abordar el tema y hacer énfasis en los productos y al nombre de la institución de CONAMYPE, varios identificaron algunos rasgos de la estrategia, pero de forma general, solo el 35.7% sabe sobre la Estrategia UPUP en el municipio.

9. ¿Considera que el producto o servicio que se impulsa mediante la estrategia, es representativo del municipio?

Tabla 46. Grado de representación del producto y/o servicio de la Estrategia en el municipio de Concepción Quezaltepeque.

Las Hamacas	Frecuencia	Porcentaje
Si	80	85.11%
No	14	14.89%
Total	94	100.00%

Gráfica 47. Grado de representación del producto y/o servicio de la Estrategia en el municipio de Concepción Quezaltepeque.



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 46.

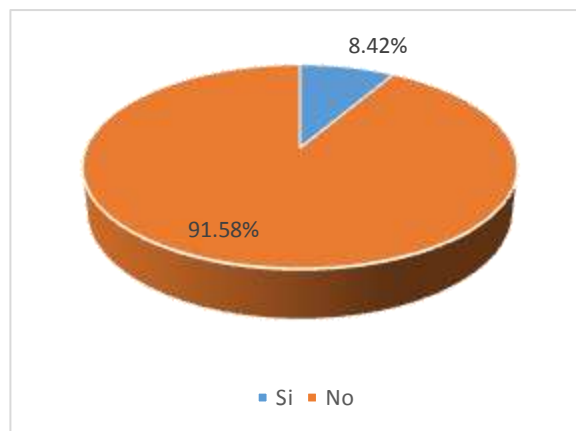
A pesar de que las personas no identifican con facilidad la estrategia UPUP en el municipio, cuando se les preguntó sobre algún producto emblemático o representativo del municipio afirmaron en un 85.1% que Concepción Quezaltepeque es patrimonio de las hamacas y es reconocido inclusive a nivel mundial, tanto es el fervor no solo religioso sino que hay un festival designado a las hamacas. Por lo que son muy pocas las personas que desconocen o no saben de la existencia del municipio productor de hamacas.

10. ¿Tiene conocimiento de alguna marca que represente los productos o servicios que se impulsan mediante la Estrategia UPUP?

Tabla 47. Marca que representativa del municipio y/o producto de Concepción Quezaltepeque

Conocimiento	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	8.42%
No	87	91.58%
Total	95	100.00%

Gráfica 48. Habitantes que conocen marcas representativas y/o de los productos del municipio de Concepción Quezaltepeque.



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 47.

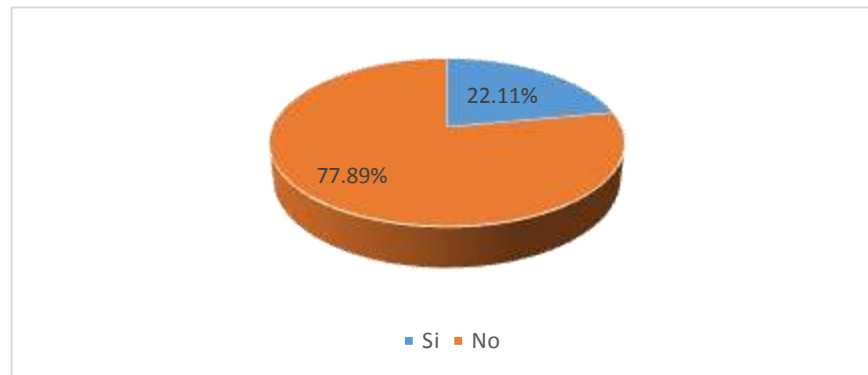
En relación a la pregunta anterior, aunque la mayoría de las personas encuestadas afirmaron conocer que las hamacas forman parte del patrimonio de Concepción Quezaltepeque, un 91.5% no tiene conocimiento de algún tipo de marketing como: marca, slogan o publicidad que de realce a las hamacas. Un mínimo porcentaje (8.42%) asegura que se reconocen a las hamacas de Concepción Quezaltepeque como una marca que se reconoce a nivel regional por ser confeccionadas completamente en el municipio.

11. ¿Considera que la creación de la marca ha incrementado el valor del producto o servicio emblemático del municipio?

Tabla 48. Beneficio a los productos emblemáticos según los encuestados en relación a la marca.

Percepción de los encuestados	Frecuencia	Porcentaje
Si	21	22.11%
No	74	77.89%
Total	95	100.00%

Gráfica 49. Beneficios a los productos emblemáticos por la creación de la marca.



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 48.

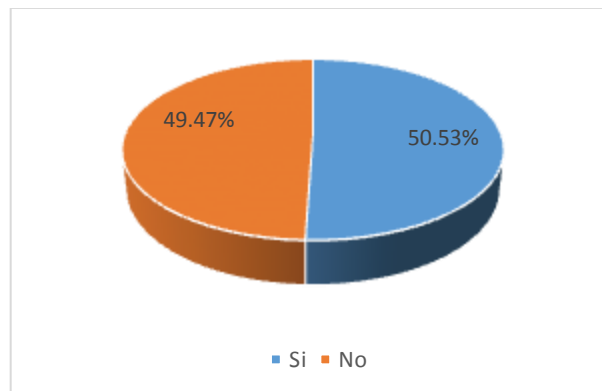
En la pregunta anterior pudimos observar que no existe alguna marca que caracterice emblemáticamente a las hamacas en el municipio, por lo que no puede verse incrementado el valor del producto con la marca. Sin embargo, un 22.1% de las personas que fueron encuestadas afirma que actividades como el festival y convenciones a nivel centroamericano de Pueblos Vivos, han contribuido a mejorar el valor de las hamacas a nivel nacional e internacional.

12. ¿Se han implementado programas de capacitación o adiestramiento con la Estrategia UPUP, en el municipio?

Tabla 49. Conocimiento por parte de los encuestados de los programas de capacitación implementados con la Estrategia UPUP.

Conocimiento de programas de capacitación	Frecuencia	Porcentaje
Si	48	50.53%
No	47	49.47%
Total	95	100.00%

Gráfica 50. Conocimiento por parte de los encuestados de los programas de capacitación implementados con la Estrategia UPUP.



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 49.

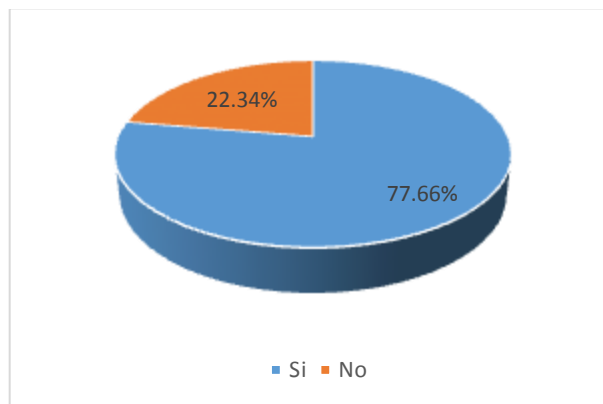
Las capacitaciones que imparte CONAMYPE como parte de la Estrategia UPUP están orientadas a mejorar las técnicas de producción, diseño de las hamacas y otro tipo de manualidades que pueden elaborarse con materiales producidos en la zona; un 50.5% afirmó que en coordinación con la casa comunal asiste cierto grupo de personas para recibir capacitaciones. Sin embargo, estas capacitaciones no abarcan a toda la población y son muy pocas, razón por la cual hay muchas personas que no las reciben.

13. ¿Considera que se han visto mejorados los servicios que brindan los centros de salud del municipio, con la implementación de la Estrategia UPUP?

Tabla 50. Percepción de los encuestados sobre los servicios de salud en el municipio.

Servicios de los centros de salud	Frecuencia	Porcentaje
Si	73	77.66%
No	21	22.34%
Total	94	100.00%

Gráfica 51. Percepción de los encuestados sobre los centros de salud en el municipio.



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 50.

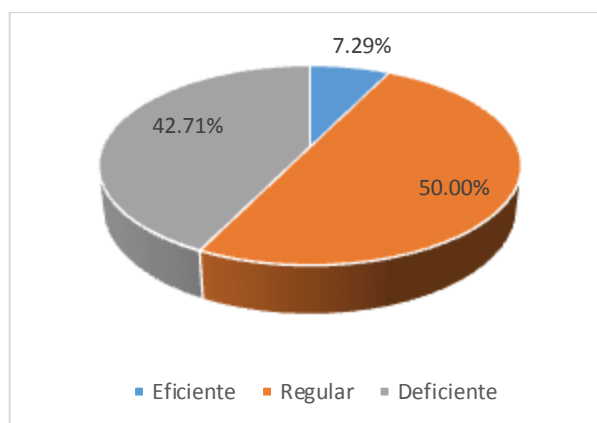
Tomando como base que la mayoría de personas que residen en el municipio son originarios de nacimiento, un 77.66% de los encuestados considera que los servicios de salud han mejorado, ya que por ser un municipio seleccionado como Pueblo Vivo reciben turistas constantemente, lo que genera ingresos al municipio; esto ha tenido la ventaja para el municipio, en la infraestructura y los servicios entre ellos la salud, como la remodelación de la Unidad de Salud y la cobertura de la misma, ya que ahora cuentan con más médicos y la atención es mucho más eficiente, aseguran las personas encuestadas en un 77.7%.

14. Con la implementación de la Estrategia UPUP ¿cómo evaluaría el servicio de agua potable en el municipio?

Tabla 51. Evaluación del servicio de agua potable en el municipio de Concepción Quezaltepeque

Calidad del servicio de agua potable en el municipio	Frecuencia	Porcentaje
Eficiente	7	7.29%
Regular	48	50.00%
Deficiente	41	42.71%
Total	96	100.00%

Gráfica 52. Evaluación del servicio de agua potable en el municipio de Concepción Quezaltepeque



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 51.

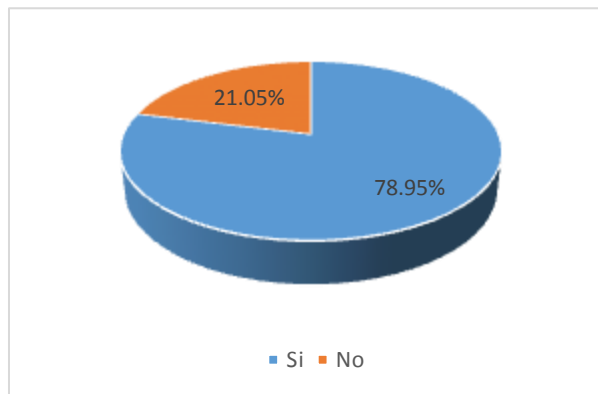
Según los datos obtenidos el 50% las personas consideran que el suministro de agua está relacionado, es decir que el municipio se caracteriza por no tener abundancia del recurso hídrico en algunas zonas, un 42.7%, consideran incluso que es deficiente; esto está asociado a varios factores exógenos como la contaminación y sequías de los ríos; sin embargo, existe un aspecto importante de mencionar y es que hay cierto grupo dominante que ejerce dominio y control sobre el recurso, el cual repercute en que hay gente que cuenta con este recurso y otras que se le raciona.

15. ¿Existen zonas naturales protegidas dentro del municipio?

Tabla 52. Conocimiento de los encuestados sobre las zonas naturales protegidas en el municipio de Concepción Quezaltepeque

Existen zonas naturales protegidas	Frecuencia	Porcentaje
Si	75	78.95%
No	20	21.05%
Total	95	100.00%

Gráfica 53. Zonas protegidas en el municipio de Concepción Quezaltepeque



Fuente: Elaboración propia en base a tabla 52.

El 78.9% de las personas encuestadas afirma tener conocimiento sobre áreas protegidas o recursos naturales, por mencionar existe La Montañona, que es una gran extensión de terreno con abundante vegetación, también se encuentra “El bosque de árboles petrificados” en el Cerro el Dragón, donde los especialistas del MUHNES (museo de historia natural), trabajan para rescatar árboles y vegetación que fue sepultada hace unos 25 millones de años.

A continuación se presenta un cuadro resumen de los resultados de DEL en los tres municipios en estudio.

Tabla 53. Evolución de los Indicadores de Desarrollo Económico Local.

Dimensión	Indicadores	Resultados					
		San Lorenzo		El Congo		Concepción Quezaltepeque	
		2009	2015	2009	2015	2009	2015
Económica	Cantidad de empresas	2	30	23	28	29	32
	Incremento del empleo	52.5%	66.3%	59.4%	59.8%	56.1%	56.5%
	Ingresos familiares	\$152.77	\$178.42	\$159.57	\$194.58	\$140.15	\$171.05
	Inversiones en proyectos en áreas locales	\$97,423	\$124,534	\$15,642	\$19,884	\$9,968	\$19,011

Fuente: Elaboración Propia- En base a resultados de las entrevistas (trabajo de campo).

En el cuadro anterior se encuentran reflejados los resultados obtenidos por medio de las entrevistas realizadas a los actores que participan en la estrategia UPUP en el área de DEL, en el que se puede observar el pequeño aumento que ha tenido la dimensión económica, los indicadores relacionados con la cantidad de empresas, ingresos familiares e inversiones en proyectos de áreas locales son valores reales de acuerdo a los registros con los que cuentan las alcaldías, empresarios y cooperativas. En términos generales aunque el incremento sea pequeño, es necesario considerar la dimensión multidimensional del DL, la cual según la Estrategia UPUP pretende mejorar la calidad de vida de los habitantes de la región o localidad. La tabla N° 53 muestra la condición cada uno de los municipios con datos antes y después de implementada la Estrategia UPUP.

III.9. Evaluación de los resultados

Los resultados anteriormente analizados permiten comprender la percepción que tiene la población sobre la dinámica económica en el municipio por parte de la Estrategia UPUP, a pesar que en muchos casos desconocen sobre esta; esta investigación de campo es una forma de evaluar el DEL alcanzado por los municipios mediante la implementación de la Estrategia UPUP.

Se realizó además una evaluación de la Estrategia UPUP en términos generales que permiten analizar de forma multidimensional el DL, mediante del uso de indicadores que han permitido estimar y demostrar el progreso que los pueblos o comunidades han tenido a través de las diferentes áreas de trabajo que han desarrollado la Estrategia UPUP en los últimos diez años.

Para el caso de estudio, los indicadores de DL son producto de la interacción entre los distintos componentes que permiten identificar la mejora de la calidad de vida humana en la localidad. Las cuatro dimensiones reflejadas en los indicadores provienen de la definición operativa de DL de Diego Salcedo, quien entiende que las cuatro dimensiones (humana, socio-política, económica y ambiental) incluyen todos los componentes que necesitan interactuar para alcanzar el mejoramiento de la calidad de vida de las personas que habitan en la localidad (municipio). Para fines de nuestra investigación consideramos que la dimensión social incluye la satisfacción del suministro de los servicios básicos (educación, salud y acceso al agua potable)

Los cálculos de los resultados de los indicadores incluidos en las cuatro dimensiones tienen distinto nivel de importancia medidos en porcentajes, de acuerdo a la composición de los mismos. El Índice de Desarrollo Humano (IDH) tiene una importancia más alta por ser un índice compuesto incluyendo la tasa de alfabetismo, otro indicador que tiene una importancia alta es el de la tasa de empleo, porque refleja la situación material de las familias y tiene relación directa con el crecimiento económico. Al resto de indicadores se les ha dado una valoración intermedia entre los de menor y mayor importancia ya mencionados.

Para evaluar los resultados se han considerado los cálculos de los resultados obtenidos de las encuestas, luego de haber calculado los coeficientes en base a variaciones y las opiniones divididas entre el total de la muestra, se realizó una multiplicación simple de los resultados obtenidos según el nivel de importancia relativa a cada indicador medida en porcentajes. En el siguiente cuadro a continuación se detallan los resultados obtenidos en la investigación, por indicador y según las ponderaciones que corresponden.

Tabla 54. Evaluación de los Indicadores de desarrollo local.

Dimensiones	Indicadores	Importancia	Resultados		
			San Lorenzo	El Congo	Concepción Quezaltepeque
Humana	IDH	20%	13.70%	14.38%	13.46%
Social	Tasa de alfabetismo	10%	10.00%	10.00%	10.00%
	Centros de salud	10%	7.68%	6.35%	7.77%
	Acceso a agua potable	10%	8.32%	5.42%	5.73%
Económica	Cantidad y tipo de empresas	5%	2.37%	2.56%	0.79%
	Tasa de empleo	10%	6.63%	5.42%	5.05%
	Ingresos familiares	10%	2.61%	3.63%	3.33%
	Inversiones de proyectos en áreas locales	5%	0.14%	0.03%	0.01%
Ambiental	Recursos naturales	10%	6.53%	6.35%	7.90%
	Unidades ambientales	10%	10.00%	10.00%	10.00%
TOTAL		100%	65.77%	63.03%	63.30%

Fuente: Elaboración Propia- En base a resultados de las encuestas (trabajo de campo).

De acuerdo a los resultados obtenidos, los indicadores que presentan un nivel de importancia más alta, están relacionados con las dimensiones humana y social; para el caso de los tres municipios en estudio el

Índice de Desarrollo Humano¹⁰² se acerca bastante a la puntuación máxima, esto dado a que según el ranking del cálculo de IDH, estos se encuentran dentro de los primeros 150 lugares a nivel nacional¹⁰³. El Congo se ubica en la posición N° 54, según la clasificación, el Índice de Desarrollo Humano es de 0.719, este cálculo resulta del cociente entre tres componentes esenciales, el esperanza de vida al nacer, el Índice de Alfabetización, el cual está compuesto por la índice de matriculación y la alfabetización adulta, el cual alcanza el 90%, seguido de un alto nivel en el índice de esperanza de vida. En los últimos años la tasa de alfabetismo en edad adulta se ha incrementado casi en un 100%, debido a los programas de educación, lo que ha permitido una buena posición en el ranking de IDH.

Con un 10.28% de nivel de importancia de calidad de vida se encuentra San Lorenzo, según el estudio realizado por el Programa de las Naciones Unidas para El Desarrollo (PNUD), en el “Almanaque 262”, el municipio de San Lorenzo obtuvo la posición N° 118 según la clasificación de Índice de Desarrollo Humano con 0.685.

El municipio de Concepción Quezaltepeque se ubicó en la posición N° 148, con un IDH de 0.673, este cálculo resulta de la mayor proporción entre la tasa del índice de esperanza de vida y el índice de alfabetización. Otros indicadores que aportan al desarrollo son el índice de matriculación y el índice del PIB.

El escenario de la dimensión social, específicamente en el caso de los servicios básicos y en base a la información obtenida, los tres municipios obtienen altos resultados en lo que respecta a la educación, ya que se han implementados diversos programas educativos tendientes a incrementar los niveles de alfabetización y matriculación, reduciendo los índices de analfabetismo y deserción escolar, que son reflejados en el IDH.

San Lorenzo es un municipio que refleja la calidad de vida desde que se comenzó a implementar la Estrategia UPUP en el municipio, hay un mayor y mejor acceso al agua potable superior al 50% de cobertura, a través de programas de racionalización, abonado a la abundancia de recurso hídrico; se hacen campañas para evitar la propagación de enfermedades. En relación a la cantidad y calidad de los servicios de centros de salud, el nivel de importancia es de 7.68%, resultados bastante favorables ya que se ha logrado destinar fondos municipales para la remodelación y expansión de las unidades de salud,

¹⁰² “ALMANAQUE 262”, Estado del desarrollo humano en los municipios de El Salvador 2009.

¹⁰³ Ver anexo “Diagrama 1. Componentes del Índice de Desarrollo Humano” composición del IDH.

para poder prestar mejor atención a los habitantes del municipio, cuentan con más personal de atención y especialistas de salud.

La cantidad de centros de salud en Concepción Quezaltepeque, se ha visto incrementada, con un nivel de 7.77%, proyectos de remodelación en infraestructura e incrementos en la cantidad de personal de atención han contribuido a obtener un resultado superior al 50%; en el caso de El Congo el resultado es más bajo, con un nivel de 6.35% a penas un punto arriba de la media, en esta área se ha mejorado considerablemente, sin embargo aún hay aspectos que a consideración de la población se deben mejorar, como la ubicación, ya que la unidad de salud más cercana se encuentra en el centro del municipio a 20 minutos de la localidad (aproximadamente), lo que dificulta el rápido acceso para recibir atención en caso de emergencia .

El Congo y Concepción Quezaltepeque son dos municipios que reflejan resultados similares en relación al acceso de agua potable, los resultados indican un 5% de importancia, lo cual expresa un servicio poco eficiente, el cual debe mejorar; a pesar que El Congo se encuentra rodeado de recurso hídrico, no cuenta con buen servicio de aguas negras y el suministro de agua potable es bastante irregular.

En términos generales, desde que se implementó la Estrategia UPUP en estos municipios los servicios básicos han mejorado significativamente y con ellos la calidad de vida de los habitantes, en su mayoría cuentan con servicios de salud y educación, creación de programas de educación, remodelación e infraestructura han colaborado en la mejora de atención de estos servicios durante el periodo de tiempo e estudio.

Una de las dimensiones más importantes de analizar es la económica, la cual refleja resultados no tan alentadores, en el caso de los ingresos familiares y la cantidad de nuevas empresas que operan en el municipio, estos se encuentran por debajo del promedio, estos datos tomados de las cooperativas y asociaciones que trabajan con la Estrategia UPUP. Los datos de las encuestas reflejan la situación de los hogares del municipio, los ingresos familiares se encuentran en promedio por debajo de los \$300 mensuales, casi al límite del costo de la canasta básica, lo que significa poca capacidad de compra de los habitantes de los municipios. En Concepción Quezaltepeque la producción de hamacas se ha convertido en la principal fuente de ingresos, en algunos casos las familias se dedican totalmente a la producción de las hamacas y que hasta la actualidad se mantiene, aunque ya no como el principal rubro económico de los pobladores, debido a que se le dio más importancia a programas que favorecen las prácticas agrícolas

y ganaderas, debido a la mayor rentabilidad que se obtiene de esta actividad, razón por la cual en su mayoría se dedican al comercio, dejando de lado al producción artesanal.

Otro aspecto importante de mencionar es la cantidad de inversiones en proyectos de áreas locales, este dato viene dado por los recursos provenientes del FODES, el cual difiere de cada municipio, este índice muestra ser muy bajo en proporción a las necesidades de los municipios, ya que los proyectos y programas sociales deben estar focalizados a cubrir las necesidades básicas colectivas.

En la dimensión económica, los resultados del indicador de tasa de empleo, por medio de las encuestas realizadas se puede observar un aumento considerable, siendo el caso más exitoso el de San Lorenzo con un incremento de 13.8% desde 2009 hasta 2015 donde se han creado más de 400 empleos desde que el año que se implementó la estrategia, en el Congo se han creado alrededor de 70 empleos permanentes en los negocios aledaños al lago de Coatepeque y alrededor de 30 empleos temporales en periodos festivos, mientras que en Concepción Quezaltepeque, la producción de hamacas se mantiene relativamente constante y no refleja grandes incremento del empleo, al igual que el número de empresas constituidas, ya que la mayoría de los negocios son familiares. De esa manera se puede deducir que los municipios en que se ha implementado la estrategia ha aumentado el índice de empleo, por lo que se puede afirmar que los resultados de este indicador son bastante buenos, ya que la mayoría de los habitantes confirma el incremento, en mayor medida San Lorenzo por sus volúmenes de producción y ventas.

Para el caso de la dimensión ambiental, indicadores como las unidades ambientales, referidas a recursos naturales o reservas protegidas como bosques ("La Montañona") en el caso de Concepción Quezaltepeque, abundancia de recurso hídrico en El Congo (Lago de Cohatepeque) y el Rio Paz en San Lorenzo, hacen que el puntaje sea el máximo en este indicador 10%, en la cantidad de recursos naturales varía, siendo Concepción Quezaltepeque el que obtiene el resultado más alto con 7.90% que es reconocido por la población por un bosque de árboles petrificados, protegidos por el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales.

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

IV.1 Conclusiones

En El Salvador durante los últimos diez años, diversos indicadores como el empleo muestran una mejora, así como la inversión pública al realizarse diversos proyectos de construcción e infraestructura vial, la participación del turismo dentro del PIB, según el Banco Mundial e informe estadístico, ha tomado un papel importante ya que se ha incrementado; todo esto abonado a un conjunto de medidas que se implementaron en 2010 a partir de la toma de posesión de un nuevo gobierno, en el cual se retomó la idea de crear una política nacional para el desarrollo de la micro y pequeña empresa, la cual tiene como objetivo la reactivación económica incluyendo la modernización del sector agropecuario e industrial y la generación de empleos. Asimismo, como objetivo estratégico aumentar la producción nacional para el consumo interno, para la exportación y la sustitución de importaciones de alimentos de productos agroalimenticios.

Como ya se ha explicado en la investigación, esta reactivación de la economía salvadoreña implicaba la creación de un plan estratégico para el apoyo a los gobiernos locales, el cual fue presentado por la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE), quien asume el papel de guía para el desarrollo de la estrategia vinculada a la integración del tejido productivo y empresarial de las localidades a la dinámica económica del país. Dicho incluía la Estrategia UPUP, esta estrategia buscaba desarrollar la capacidad creativa e innovadora de los municipios, para que en base a sus recursos y oportunidades se identificaran y desarrollaran productos y mercados locales y regionales.

La Estrategia UPUP ha sido puesta en marcha y desarrollada en 51 municipios a nivel nacional, obteniendo logros importantes como la identificación de productos o tesoros nacionales, lo que ha permitido desarrollar los recursos potenciales generando mejoras en la calidad de vida de las comunidades, activando la económica local, promoviendo la generación de organizaciones empresariales y comunales quienes trabajan a nivel local para el desarrollo de sus pueblos; otro de los aspectos claves, es el desarrollo de las capacidades y habilidades del recurso humano en los productores, empresarios, las diversas organizaciones productivas e inclusive las autoridades locales.

Uno de los aspectos que adjuntamente favorece el desarrollo de la Estrategia UPUP es la parte cultural, ya que permite la exposición de la identidad y cultura, generando un sentido de pertenencia entre los

pueblos, así como la conservación de las creencias y los valores, dando a conocer sus patrimonios y la esencia de las diferentes regiones.

La Estrategia UPUP ha permitido generar una cultura de independencia económica, autonomía de los pueblos, promoviendo la identidad, orgullo y la conservación de los recursos naturales, a través de la participación y organización activa de los diversos actores tanto locales como externos para desarrollar y potenciar sus recursos.

En cuanto a la inversión a través del gobierno nacional y local, la Estrategia UPUP ha facilitado la asociatividad y condiciones de los diversos actores en torno a sus recursos y visión de desarrollo de proyectos sociales o en favor y beneficio de las localidades, lo que ha permitido la integración de la dinámica económica con las instituciones de apoyo, por medio de soporte y apoyo técnico, las cuales se transforman en capacitaciones y talleres como un estímulo hacia propuestas de las comunidades locales.

Parte del desarrollo económico logrado por la Estrategia UPUP consiste, en la incorporación y cooperación entre los diversos actores quienes a través de su asociatividad buscan un bien común, quienes son capaces de formar pequeñas industrias locales y transformar productos simples en bienes o mercancías procesadas para abastecer no solo el mercado nacional sino inclusive el internacional, tal es el caso del éxito que ha tenido la Estrategia UPUP en San Lorenzo, a través de la producción del Jocote “barón rojo” y el loroco, quienes se han convertido en productores netos a nivel local y con mucha expectativas en el mercado mundial, parte del éxito ha consistido en la creación de una industria local distintiva, la cual toma el producto y lo procesa de distintas formas para comercializarlo y abastecer diversos mercados, la formación de cadenas de valor las cuales han permitido seccionar los distintos niveles de producción, permitiendo reducir costos e incrementar las ganancias, parte también de una buena estrategia agrícola y de producción en conjunto con el apoyo de diversas instituciones tanto gubernamentales y no gubernamentales, han hecho la estrategia exitosa.

Es necesario aclarar que el DL no solo se logra a través del incremento de los niveles de empleo que claramente son notorios al ser una industria con potencial de expansión y aumentos en los niveles de producción, y mejora en los niveles de ingresos, sino que también está dado por la mejora en la calidad de vida de los habitantes, ya que los niveles de escolaridad y alfabetización alcanzan el 100%, junto con planes de concientización y educación, campañas de descontaminación y reciclaje, remodelaciones y expansión en los centros de salud, mejorando la eficiencia y calidad de la atención. Todo esto engloba un nuevo sistema sostenido de desarrollo económico, el cual abarca todas las dimensiones básicas,

clasificándolo como una tendencia social del DL, el cual busca y persigue no solo el bienestar económico, sino también todas las áreas básicas para el desarrollo individual de las personas

La Estrategia UPUP le ha dado reconocimiento a los municipios, a pesar de que algunos no poseen bellezas naturales que los atraigan por sí mismos; sin embargo, el trabajo de promover un producto emblemático también aporta al desarrollo del turismo local; además, genera en las personas un sentimiento de afecto a su municipio y aprenden a vivir de una forma diferente en ambientes limpios sanos y seguros, en el estudio de campo se pudo comprobar que todos estos municipios tienen el mismo sentir de la población y consideran a su municipio un lugar seguro para vivir.

Mediante la investigación realizada se pudo analizar diversos aspectos de la estrategia, ya que no se limita únicamente a promover un producto emblemático, sino que también a su expansión y el involucramiento de otros rubros como el turismo, agroindustria, artesanías, industria gastronómica, hacia la misma cultura del municipio, sus creencias y tradiciones que se divulgan entre las personas y las que los visitan. En el municipio de San Lorenzo la creación de una marca local le ha permitido reconocerse tanto a nivel local como nacional, ya que fomenta el turismo interno y ofrece además productos procesados y derivados del jocote. A pesar de que la Estrategia UPUP ha sido un éxito en varios municipios, como es el caso de "San Lorenzo", es necesario aclarar que no en todos se ha logrado la integración de los actores, es decir la asociatividad para el bien común, haciendo difícil la obtención de mejores resultados.

Lo que se pudo observar en el caso de la muestra de los municipios seleccionados, es que algunos actores y sobre todo aquellos que tienen mayor protagonismo, persiguen intereses propios, por lo que se dificulta el apoyo que brinda CONAMYPE, sean capacitaciones, programas de aprendizaje, participación en concursos, entre otras. Es así, como mucha de la población interesada en formar parte de la industria local naciente, tiene que buscar otros medios para poder incorporarse al mercado, como empresa, artesano o agricultor.

A través de la construcción de cuatro indicadores para medir el desempeño de la Estrategia UPUP, se pudo constatar que de los cuatro rubros con los que se analizó el DEL, la dimensión económica es la que obtiene una puntuación más baja, en relación a los indicadores de cantidad y tipo de empresas los tres municipios no presentan avances en esta área, es decir, que aún falta apoyo para la promoción y generación de nuevas empresas. Otros indicadores que reflejan puntuaciones bajas son las inversiones en proyectos de áreas locales y los ingresos familiares, los cuales continúan siendo precarios para cubrir

apenas las necesidades básicas. Sin embargo, es necesario reconocer que en el ámbito social, la educación ha mejorado considerablemente, ya que diversos programas y proyectos educativos han contribuido a incrementar la tasa de alfabetismo. Aspectos como el acceso a los servicios (agua y centros de salud) es una temática que aún debe mejorarse, ya que la puntuación para el caso de la muestra es relativamente baja, debido a deficiencia de los suministros.

CONCLUSIONES DE LAS HIPOTESIS DE TRABAJO.

Hipótesis general:

¿Es la Estrategia Un Pueblo Un Producto suficiente para lograr desarrollo económico local en El Salvador?

Variable dependiente: Desarrollo local

Variable independiente: Estrategia Un Pueblo Un Producto

Dado que en el país las personas del área rural ven limitadas las oportunidades de mejorar sus condiciones de vida, ya que no existen oportunidades de empleo, el Ministerio de Economía a través de CONAMYPE propuso implementar la Estrategia UPUP, con el objetivo de contribuir a mejorar las condiciones y calidad de vida de los habitantes de los diversos municipios, mediante esta estrategia se han creado diversas oportunidades y se ha logrado fomentar el emprendedurismo con los recursos locales, creando un sentido de identidad y calidad de los productos nacionales; al mismo tiempo, que desarrolla en los pobladores la disposición de trabajar por el bienestar comunitario, para mejorar la situación colectiva y de esa manera que cada familia alcance sus objetivos particulares; la estrategia ha permitido la creación de diversos métodos de productos procesados, fomento del turismo interno, crear nuevos puestos de trabajo y con esto generar ingresos para las familias, mejorado sus condiciones de vida a nivel regional o local.

Hipótesis específica 1:

¿La Estrategia Un Pueblo Un Producto genera un incremento en el nivel de empleos e incrementa el nivel de ingresos?

Variable dependiente: Ingresos, el empleo

Variable independiente: Estrategia Un Pueblo Un Producto

La Estrategia UPUP pretende promover la creación de nuevos puestos de trabajo de mano de obra local, para establecer una fuente de ingresos sostenible para los habitantes de los municipios.

Existe una relación directa entre los empleos generados por la estrategia y los consecuentes ingresos, tal como se puede observar en la evaluación de los indicadores, en la dimensión económica, los indicadores relacionados con el empleo y los ingresos son relativamente bajos, por lo que la estrategia a pesar de que intenta promover la fuerza de trabajo, aun es deficiente en este aspecto, ya que debe incorporar otros elementos para lograr resultados concretos.

Hipótesis específica 2:

¿En la medida en que se realicen inversiones tanto públicas como privadas por medio de la estrategia un pueblo un producto se generara mayor desarrollo económico local?

Variable dependiente: Desarrollo local

Variable independiente: Inversión pública-privada

La finalidad de la inversión pública y privada enfocada al desarrollo local está orientada a la ejecución de proyectos sociales, obras de infraestructura vial, mejora al acceso y calidad de servicios públicos, etc. Sin embargo, para el caso de estudio, muy poca inversión pública y privada se ha realizado, razón por la cual aún se han encontrado deficiencias en la calidad de los servicios, la inversión pública no se ha focalizado directamente hacia las necesidades básicas colectivas, para mejorar las condiciones de vida tanto de pobladores como de empresarios, sino que corresponde a intereses políticos, esto ha obstaculizado en algunos municipios la puesta en marcha de diversos programas y proyectos de desarrollo local.

IV.2 Recomendaciones

La Estrategia UPUP promete ser un mecanismo clave en el DEL, sin embargo, es necesario mejorar algunas condiciones básicas para su continuidad y sostenibilidad, tal es el hecho de la creación de mecanismos que promuevan mejores relaciones entre productores e instituciones crediticias, ofreciendo bajas tasas de interés para generar mayor inversión municipal por parte de los productores locales, instituciones financieras imparciales, que sean capaces de otorgar créditos sin sujetar a los empresarios con altas tasas de interés.

CONAMYPE debe mejorar la coordinación y ejecución de los programas de capacitación y adiestramiento con los actores y concertar intereses en común. Al mismo tiempo, debe incrementar el apoyo técnico que brinda y ampliar su cobertura, a través de planes de acción que permita llegar a más personas e involucrarlas, para promover la diversificación de los productos en los municipios. Capacitar sobre técnicas de comercialización, impulsar nexos entre supermercados y tiendas de conveniencia a nivel nacional e internacional; también realizar evaluaciones periódicas para observar el progreso, en base a los objetivos trazados. También se deben establecer relaciones con entidades internacionales, para la generación de Inversión Extranjera Directa que permita el trabajo en conjunto con productores locales, propiciando el ingreso de capital foráneo, contratación de mano de obra con maquinaria especializada, nuevas técnicas de producción que generen mayor dinamismo económico.

Por su parte los gobiernos locales deben actuar sin tomar en cuenta ideologías, priorizando los intereses colectivos y el bienestar total de la población, abandonando intereses particulares mediante medidas de política que beneficien a todos los habitantes de los municipios. Además, las Alcaldías deben trabajar de la mano con los ministerios involucrados con la Estrategia UPUP, para llevar a cabo proyectos sociales para reconstruir nuevas infraestructuras y mejorar los servicios básicos, procurando que estos lleguen a toda la población en general. También se debe evaluar la creación de alianzas público-privadas, para atraer mayor inversión dentro de los municipios, tanto en los centros de educación, unidades de salud, infraestructura vial, etc.

Los representantes en los municipios en conjunto con las alcaldías necesitan promover campañas de publicidad y marketing, orientadas al reconocimiento del desarrollo de la estrategia Un Pueblo un Producto, a través de los diferentes medios de comunicación, los resultados obtenidos, y así difundir el trabajo que se ha realizado por medio de ella, como la generación de nuevos empleos, mejores condiciones de vida y logros alcanzados, pues la población en muchos casos desconoce o sabe poco sobre la estrategia que se desarrolla en su municipio.

Existen algunos logros con la implementación de la Estrategia UPUP, sin embargo, aún existen deficiencias en aspectos como los servicios básicos (agua potable, alumbrado eléctrico y salud, entre otros); por lo que en conjunto con los gobiernos locales, es necesaria focalizar la atención para mejorarlos, a través de la implementación de programas sociales que contribuyan a mejorar el acceso a los servicios; es necesario aclarar que durante el periodo de tiempo en estudio, ha habido una importante evolución en cuanto a infraestructura y suministro, en las unidades de salud se ha mejorado la atención y ampliado el

personal e instalaciones, el servicio de agua es regulado y racionalizada; en cuanto a la educación, el panorama es bastante alentador ya que ha mejorado en gran medida, llegando a alcanzar niveles de alfabetización del 100% e incrementos en los niveles de escolaridad.

Las relaciones de inversión entre los productores y organismos como ONG'S, CONAMYPE, y otras organizaciones de cooperación, necesitan mejorar y estrechar más lazos de participación, ya que los más perjudicados son los productores, comerciantes o emprendedores, pues limitan las oportunidades de nuevo aprendizaje al tiempo que se reducen los términos de inversión privada para la consolidación de proyectos sociales.

BIBLIOGRAFIA.

- Alcaldía de San Lorenzo. Revista ONPAKU versión 2 “Un Pueblo, Cien Productos”, agosto 2015.
- Alcaldía de San Lorenzo. Avances y desafíos del Movimiento Un Pueblo Un Producto, San Lorenzo, Ahuachapán, El Salvador; III Intercambio Internacional de experiencias en DEL 27 de mayo de 2014, Matagalpa, Nicaragua.
- “ALMANAQUE 262”. Estado del desarrollo humano en los municipios de El Salvador 2009.
- Bautista, María Eugenia. Manual de Metodología de la Investigación, Tercera Edición, p. 30.
- BCR. Informes de situación económica de 2005 a 2013, Banco Central de Reserva de El Salvador.
- CONAMYPE. Carta informativa de diciembre 2011, año 12.
- CONAMYPE. Catálogo de los Pueblos del Movimiento Un Pueblo Un Producto, 2013, Primera edición.
- CONAMYPE. Comunicado de prensa: 37 municipios exponen y comercializan con orgullo sus productos durante el 4to encuentro de los pueblos, 2013.
- CONAMYPE. Desarrollo del movimiento un pueblo un producto en El Salvador y el municipio de El Congo “Tour lago de Coatepeque – El Tabudo”, 2014.
- CONAMYPE. Estrategia “Un Pueblo Un Producto” El Salvador, 2012.
- CONAMYPE. Guía de implementación de la estrategia de desarrollo económico local “Un Pueblo Un Producto El Salvador”, 2015, Primera edición.
- CONAMYPE. Informe de implementación de la estrategia Un Pueblo Un Producto El Salvador, 2012.
- CONAMYPE. Informe final de las Actividades voluntario de JICA Ryoei Kuwae, 2011.
- Di Pietro Paolo, Luis José. Hacia un desarrollo integrador y equitativo: una introducción al desarrollo local.
- DIGESTYC. Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples 2013, junio de 2014.
- DIGESTYC. VI Censo de Población y V de Vivienda 2007, 2008.
- Enríquez, Alberto. Desarrollo Sustentable y Desarrollo Regional/Local en El Salvador, Alternativas para el desarrollo # 41, FUNDE.
- FISDL, Mapa de extrema pobreza en El Salvador, 2014.
- Fundación DEMUCA. Apoyo local al fortalecimiento de la cadena de valor de la piña en el municipio de Santa María Ostuma, La Paz, El Salvador; Fundación para el Desarrollo Local y el Fortalecimiento Municipal e Institucional de Centroamérica y El Caribe, 2010.

- Gallicchio, Enrique. El desarrollo local en América Latina. Estrategia Política basada en la construcción de capital social, Seminario "Desarrollo con inclusión y equidad: sus implicancias desde lo Local", mayo de 2004, Córdoba, Argentina.
- Gallicchio, Enrique, y Camejo, Alejandra. Desarrollo local y descentralización en América Latina, Nuevas alternativas de desarrollo; Uruguay, Productora editorial, 2005.
- Gobierno de El Salvador. Plan de Gobierno 2004-2009: País Seguro.
- Gobierno de El Salvador. Plan Quinquenal de Desarrollo 2010-2014, Segunda edición, 2010
- Guido Irurita R., José Vicente, y Romero Zamorano, Nazly. Desarrollo Económico Regional Endógeno, Estrategia "Un pueblo un producto", Gobernación Valle del Cauca, 2010.
- Informe sobre Desarrollo Humano El Salvador 2013, *"Imaginar un nuevo país. Hacerlo posible, Diagnostico y propuesta"*.
- Marcel Valcárcel. Génesis y evolución del concepto y enfoques sobre el desarrollo; Lima, junio 2006.
- Ministerio del Interior. Actividades del desarrollo de los productos y servicios culturales con identidad, para el desarrollo económico endógeno, aplicando la noción japonesa de "Un Pueblo Un Producto", Chile, 2010.
- MITUR. Resumen Anual 2008. Balance Anual – Actividades Turísticas en El Salvador.
- MITUR y CORSATUR. Boletín Estadístico de Turismo 2012.
- MITUR y CORSATUR. Informe Estadístico 2009-2013, Unidad de Inteligencia de Mercado.
- Montoya, Aquiles. "¿Desarrollo local o desarrollo comunitario?". Ponencia efectuada en el Forum Community Development "Does it work? Perspectives from Latin America and Atlantic Canada", Saint Mary's University, Canada.
- Ruiz Granadino, Santiago, Los métodos de análisis económico.
- Salcedo, Diego. Una definición operativa del desarrollo local para El Salvador.
- Vásquez Barquero, Antonio. "Las nuevas fuerzas del desarrollo", España, Antoni Bosch Editor, 2005.
- Zelaya Garay, Jorge Luis. El turismo como dinamizador de la economía y aportes de innovación tecnológica para la Zona Oriental de El Salvador, Revista Tecnológica, Escuela especializada en ingeniería ITCA-FEPADE.

Sitios web

<http://cooperacion.rree.gob.sv/portal/cooperation/CooperatorList.php>

<http://www.archivocp.contrapunto.com.sv/coyuntura/analisis-2012-año-del-despegue-economico>

http://www.jica.go.jp/peru/espanol/office/topics/100312_01.html

<http://www.elsalvador.com/articulo/nacional/presupuesto-para-2014-mas-gasto-que-inversion-publica-47771>

<http://www.monografias.com/trabajos87/calculo-del-tamano-muestra/calculo-del-tamano-muestra.shtml>

<http://www.albasud.org/downloads/19.pdf>

http://www.micoope.com.gt/index.php?option=com_content&view=article&id=110:remesas&catid=19:productos&Itemid=212

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Exportaciones-Tradicional-es-y-No-Tradicional-es/2597551.html>

<http://www.mincetur.gob.pe/turismo/ESTADISTICA/terminologia.htm>

http://www.mh.gob.sv/portal/page/portal/PMH/Ayuda/Glosario?_piref476_2086346_476_2037843_2037843.tabstring=l

<https://www.conamype.gob.sv/index.php/novedades/noticias/1449-2014-04-03-20-44-22>

<https://www.conamype.gob.sv/index.php/novedades/noticias/1536-feria-de-la-mype-en-fiestas-julias>

<https://www.conamype.gob.sv/index.php/novedades/noticias/1510-inauguran-festival-del-camote-y-la-cumbia-en-san-vicente>

<https://www.conamype.gob.sv/index.php/novedades/noticias/1617-2014-11-08-02-40-24>

<https://www.conamype.gob.sv/index.php/novedades/noticias/1537-2014-07-25-18-39-01>

<https://www.conamype.gob.sv/index.php/novedades/noticias/1470-conamype-y-jica-desarrollan-seminario-latinoamericano-un-pueblo-un-producto->

<https://www.conamype.gob.sv/index.php/novedades/noticias/1537-2014-07-25-18-39-01>

<https://www.conamype.gob.sv/index.php/novedades/noticias/1510-inauguran-festival-del-camote-y-la-cumbia-en-san-vicente>

<https://www.conamype.gob.sv/index.php/novedades/noticias/1513-2014-06-24-18-25-46>

<https://www.conamype.gob.sv/index.php/novedades/noticias/1608-2014-10-28-18-33-08>

<https://www.conamype.gob.sv/index.php/novedades/noticias/1537-2014-07-25-18-39-01>

<https://www.conamype.gob.sv/index.php/novedades/noticias/1536-feria-de-la-mype-en-fiestas-julias>

<https://www.conamype.gob.sv/index.php/novedades/noticias/1510-inauguran-festival-del-camote-y-la-cumbia-en-san-vicente>

<https://www.conamype.gob.sv/index.php/novedades/noticias/1449-2014-04-03-20-44-22>

<https://www.conamype.gob.sv/index.php/novedades/noticias/1537-2014-07-25-18-39-01>

<https://www.conamype.gob.sv/index.php/novedades/noticias/1536-feria-de-la-mype-en-fiestas-julias>

<https://www.conamype.gob.sv/index.php/novedades/noticias/1446-conamype-inaugura-crdel-zacatecoluca>

<https://www.conamype.gob.sv/index.php/novedades/noticias/1449-2014-04-03-20-44-22>

<https://www.conamype.gob.sv/index.php/novedades/noticias/1449-2014-04-03-20-44-22>

<https://www.conamype.gob.sv/index.php/novedades/noticias/1510-inauguran-festival-del-camote-y-la-cumbia-en-san-vicente>

<https://www.conamype.gob.sv/index.php/novedades/noticias/1531-conamype-impulsa-primera-feria-del-dulce-orgullo-santaneco>

<https://www.conamype.gob.sv/index.php/novedades/noticias/1617-2014-11-08-02-40-24>

<https://www.conamype.gob.sv/index.php/novedades/noticias/1536-feria-de-la-mype-en-fiestas-julias>

http://www.jica.go.jp/peru/espanol/office/topics/100312_01.html

https://es.wikipedia.org/wiki/El_Congo

https://es.wikipedia.org/wiki/Concepci%C3%B3n_Quezaltepeque

<https://www.virtualtourist.com/>

ANEXOS

ANEXOS

Anexo 1. Población Económicamente Activa de El Salvador, período 2005-2014.

POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA URBANA Y RURAL										
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
PEA NACIONAL	2,792,632	2,874,608	2,320,946	2,495,908	2,551,667	2,580,284	2,641,133	2,724,754	2,795,156	ND
PEA URBANA	1,779,518	1,806,621	1,566,766	1,720,010	1,722,607	1,729,544	1,738,970	1,808,139	1,843,621	ND
PEA RURAL	1,013,114	1,067,987	754,180	775,898	829,060	850,740	902,163	916,615	951,535	ND
Desocupados Nacional	201,556	188,746	146,983	146,858	187,088	181,806	174,758	165,439	165,649	ND
Desocupados urbana	129,717	103,299	91,143	94,849	122,574	117,150	115,081	112,648	103,082	ND
Desocupados Rural	71,839	85,447	55,840	52,009	64,514	64,656	59,677	52,791	62,567	ND
Ocupados Nacional	2,591,076	2,685,862	2,173,963	2,349,050	2,364,579	2,398,478	2,466,375	2,559,315	2,629,507	ND
Ocupados Urbana	1,649,801	1,703,322	1,475,623	1,625,161	1,600,033	1,612,394	1,623,889	1,695,491	1,740,539	ND
Ocupados Rural	941,275	982,540	698,340	123,889	764,546	786,084	842,486	863,824	888,968	ND

Fuente: Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples. Elaboración propia

Anexo 2. Producto Interno Bruto nominal y real, periodo 2005-2014.

Producto Interno Bruto. Periodo 2005-2014			
Año	PIB a precios corrientes mill US\$	PIB a precios constantes de 2005 mill US\$	Var. Anual
2005	17,093.80	17,093.80	3.6
2006	18,550.70	17,762.50	3.9
2007	20,104.90	18,444.53	3.8
2008	21,431.00	18,679.56	1.3
2009	20,661.00	18,094.32	-3.1
2010	21,418.30	18,341.27	1.4
2011	23,139.00	18,747.86	2.2
2012	28,813.60	19,100.50	1.9
2013	24,259.10	19,420.61	1.7
2014	25,220.00	19,809.02	2.0

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial. Años 2005-2014

Anexo 4. Listado de municipios que han adoptado la Estrategia Un Pueblo Un Producto y productos/servicios que ofrecen.

N°	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	DESCRIPCION DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO	CARACTERISTICAS PRINCIPALES
1	Ahuachapán	San Lorenzo	Jocote barón rojo y loroco. Ruta turística que lo define como “Pueblo blanco o lugar de ríos y manantiales”.	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperativa de productores ACOAPJSAL de RL, creación de marca San Lorenzo y para el turismo Comité de Desarrollo turístico. • Producción y venta de jocotes y loroco y los derivados de estos como son jaleas, mermeladas, productos congelados. • Genera 600 empleos directos y 2,500 empleos indirectos.
2	Santa Ana	Chalchuapa	Turismo cultural, Ruina Tazumal, Es reconocida a nivel internacional por sus vestigios arqueológicos como el tazumal, casa blanca, Pampe, El Tranpique, Las Victorias, Laguna Seca y Cuscachapa. Comercio y producción de réplicas de cerámica de origen precolombino.	<ul style="list-style-type: none"> • El 80% de lo producido se exporta y el 20% se comercializa en sitios arqueológicos y cabeceras departamentales.
3		El Congo	Ruta del Tabudo, Lago de Coatepeque. En este sitio se encontró el famoso sol de piedra, además se encuentra el ídolo el Congo atribuida a la cultura maya.	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperativa Los Pinos • En 2013 obtuvo 2do lugar como octava maravilla del mundo natural entre 240 destinos turísticos de 50 países del mundo. • El incremento en la afluencia de turistas generaría empleos en todas las áreas de servicio alrededor del lago y del casco urbano.

4		Santa Ana	Turismo y Cultura; su principal producto es su cultura.	<ul style="list-style-type: none"> Además de contar con rutas turísticas, se producen artesanías y cuenta con una diversidad de restaurantes.
5	Sonsonate	Apaneca	Producción de café y turismo; sus principales atracciones turísticas son la laguna verde, laguna de las ninfas, el hoyo Cuajuste, río Tequendama, viveros de flores, hoteles y hostales.	<ul style="list-style-type: none"> Se cultiva uno de los mejores y más premiados cafés (debido a su elevación sobre el mar), es una de las principales ciudades de la ruta de las flores
6		Caluco	Gastronomía y turismo; su patrimonio cultural lo componen pequeños sitios arqueológicos.	<ul style="list-style-type: none"> El área rural se estima en 51.33 km² y el área urbana en 0.10km²
7		Izalco	Artesanía tallada en madera y Turismo.	<ul style="list-style-type: none"> Extensión territorial de 175.18km²
8		Juayua	Chorros de la calera, Festival gastronómico. Dispone de lugares para el ecoturismo tales como el río Monterrey, salto de la lagunilla azul, los chorros de la calera, el talquezal, laguna seca o de las ranas, laguna verde, cerro el águila y el pilón.	<ul style="list-style-type: none"> Forma parte de la ruta de las flores, cada fin de semana desde 1997 se realiza la feria gastronómica en el centro de la ciudad, donde se degustan platillos nacionales e internacionales Como ruta turística tienen muchos actores involucrados lo cual le asegura la generación de empleos.
9		Nahuizalco	Artesanías en fibras naturales tales como mimbre, zacate de conejo, tule de agua, bejucos y cascara de arboles	<ul style="list-style-type: none"> Se elaboran artesanías tales como tortilleras, tombillas, sombreros, muebles de mimbre, petates, etc. Esta actividad representa una de las mayores fuentes de empleo para los habitantes.
10		Santo Domingo de Guzmán	Artesanías de barro	<ul style="list-style-type: none"> El producto principal son las artesanías hechas en barro rojo, elaborando, adornos, hoyas, comales, jarrones entre otros. Se genera empleo mayormente para las mujeres de la zona.

11	San Salvador	Panchimalco	Artesanías en telar de cintura	<ul style="list-style-type: none"> • Éste lugar que posee una gran riqueza histórica y joyas coloniales, cuenta también con una actividad económica basada en el cultivo doméstico de granos básicos, hortalizas y frutas; además de crianza de ganado vacuno, caballar, porcino, y aves de corral.
12	La Libertad	La Libertad	Malecón, Artesanías de restos marinos.	<ul style="list-style-type: none"> • Cubre un área de 162 km² • Las artesanías elaboradas son diversas desde bisutería hasta adornos decorativos para el hogar. Sus playas son visitadas tanto por turistas nacionales como extranjeros gracias a la altura de las olas que permiten practicar el surf. • Limitado al círculo de comerciantes de comida de la localidad
13		Huizucar	Turismos y café	<ul style="list-style-type: none"> • Extensión territorial de 44.33 km² • La industria más importante es la del beneficio del café; cuenta con diversos lugares para el entretenimiento y diversión de los visitantes.
14		Jayaque	Turismo y café	<ul style="list-style-type: none"> • Por su altura y clima es un lugar idóneo para el cultivo de café. Se encuentran ruinas de población prehispánica de Tzinacantan. • Como ruta turística tienen muchos actores involucrados lo cual le asegura la generación de empleos.
15		Sacacoyo	Turismo y café	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con recursos naturales de gran valor, posee potencial de ecoturismo por estar ubicada en la Cordillera el Bálsamo. Entre las industrias sobresale el beneficio del café.
16		San Juan Opico	La naranja, se aprovecha el cultivo de la naranja agregándole al simple fruto, factores que realzan su importancia.	<ul style="list-style-type: none"> • Se aprovecha la naranja y los residuos elaborando artesanías confeccionadas con cascara, semillas y hojas, además se aprovecha la naranja en el arte culinario.
17		Santa Tecla	Turismo y cultura	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con una extensión territorial de 112 km² • Caracterizado por un clima fresco cuenta con atractivos entre

				ellos el boquerón, paseo el Carmen, la iglesia nuestra señora del Carmen y el palacio municipal.
18		Talnique	Talnique es parte de la microrregión del bálsamo, posee impresionantes paisajes a su alrededor, su clima es fresco y tiene mucho que ofrecer.	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con una extensión geográfica de 29,72 km² • Sus atractivos: la Poza El Zapotón, Mirador Natural, la Cueva del Indio, la Cueva del Diablo, Peceras, Poza Las Colmenas, El Mirador de La Giralda, Finca Beneficio, Monte Negro, Finca El Niagara y Finca Monte Carlos
19		Tamanique	La Playa El Tunco es uno de sus principales atractivos, famosa por sus olas ideales para la práctica del surf, este lugar atrae a miles de turistas nacionales y extranjeros.	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con una extensión geográfica de 101,02 km²,4 • Se comercializan productos textiles con destinos, también se produce cerveza artesanal y artesanías elaboradas a base de madera reciclada
20		Tepecoyo	Agroindustria (El Bálsamo): El bálsamo y sus derivados son muy representativos para los habitantes	<ul style="list-style-type: none"> • El municipio cuenta con una planta procesadora de bálsamo donde se producen derivados de este árbol, como: estoraque, repelentes, shampoo, jarabe para la tos, pomada, jabón y otros derivados • Emplea a más de 110 personas que se dedican a la extracción.
21	Chalatenango	Concepción Quezaltepeque	Artesanías (Hamacas). Desde hace más de 130 años este municipio se ha caracterizado por la elaboración de hamacas, sus artesanos han pasado sus técnicas de generación en generación y es una tradición que aún no muere.	<ul style="list-style-type: none"> • La técnica en la elaboración de artesanías es propia del municipio y ha sido fomentada por décadas, heredada de generación a generación. • Cerca del 60% de los pobladores se dedican a dicha actividad
22		La Palma	La economía de La Palma se basa principalmente en las artesanías; en la agricultura se dedican al cultivo de hortalizas, maíz, frijol y café.	<ul style="list-style-type: none"> • Extensión territorial de 131 km² • El estilo palmeño se caracteriza fundamentalmente por usar como materia prima la semilla de copinol, decorada con pintura brillante y dibujos abstractos.

				<ul style="list-style-type: none"> el 70% de la población vive de las artesanías y el turismo, y el otro 30% de la agricultura
23		Potónico	La economía de este lugar se basa en la agroindustria, y el comercio de artesanías de nifia.	<ul style="list-style-type: none"> Los artesanos y artesanas del municipio producen el papel de este lirio acuático y artesanías a partir de él
24	Cuscatlán	Cojutepeque	Lo que más atrae a los lugareños y turistas es el proceso de fabricación de embutidos, la calidad de sus productos como chorizos, butifarras, longanizas, salchichones y otros; son famosos a nivel nacional e internacional. Otro atractivo turístico de este lugar es el Cerro de Las Pavas	<ul style="list-style-type: none"> El origen de la materia prima proviene de alrededores del municipio, cantones, que se dedican específicamente a la crianza de cerdo y ganado.
25		Suchitoto	Actualmente la comuna ha impulsado la creación de artesanías con añil, como bolsos, carteras, zapatos y más.	<ul style="list-style-type: none"> La extensión territorial del municipio es de 329,2 km² Suchitoto ha crecido mucho en el tema cultural, la post guerra ha traído un renacimiento cultural al pueblo, el cual debe ser su factor diferenciador, su estrategia competitiva, en el Mercado de pueblos turísticos.
26		Tenancingo	Los sombreros, artesanía típica de lugar, son elaborados con palma que se cultiva en varios puntos costeros del departamento de La Paz. Esta se convierte en casquillos, una combinación de fibras trenzadas y son vendidas a otros artesanos.	<ul style="list-style-type: none"> El famoso sombrero de "El Cipitío" se creó en Tenancingo hace más de 15 años, dándole mayor relevancia y trascendencia a esta comunidad.
27		Ilobasco	Divinuras (artesanías de barro en miniatura)	<ul style="list-style-type: none"> En el municipio se producen numerosas artesanías talladas en madera. Y las pupusas hechas en comal, son uno de los platillos característicos de este municipio.

28		Dolores	Ciudad Dolores ha tenido alto componente ganadero, siendo reconocida en el país por sus famosos lácteos, principalmente por la venta de queso. El producto de esta localidad es reconocido localmente y nacionalmente.	<ul style="list-style-type: none"> Actualmente existen iniciativas en la elaboración de derivados de la leche que podrían expandirse y generar beneficio económico para los ganaderos.
29		Olocuilta	Gastronomía (Pupusas de arroz)	<ul style="list-style-type: none"> Además de ser famosa por sus pupusas, Olocuilta posee muchas bondades y atractivos turísticos con mucho potencial.
30	La Paz	Santa María Ostuma	La piña es el producto principal del municipio y el cual le da identidad propia, además, de haberse convertido ya en un emblema para esta localidad. Cada año se realiza la Feria de la Piña, una actividad que se ha convertido de gran impacto en la región.	<ul style="list-style-type: none"> Se elaboran diversos productos a partir de la piña y además se vende la fruta sin procesar Al no estar involucrada más del 10% de la población, el impacto sería pobre en la generación de empleos
31		San Esteban Catarina	Este pueblo que resalta por sus costumbres religiosas y cultura cuenta con actividades económicas del municipio como el cultivo y procesamiento artesanal de la caña de azúcar y la fabricación de los dulces típicos conocidos como melcochas.	<ul style="list-style-type: none"> La melcocha se produce en el casco urbano del municipio parte de su materia prima es producida en la localidad y el resto en el mercado comercial de San Vicente. No llega al 5% de la población
32	San Vicente	San Lorenzo	San Lorenzo es uno de los municipios con mayor producción de dulce de panela lo cual genera una gran fuente de trabajo e ingresos para sus habitantes, y en cuanto al turismo muchos turistas visitan las Moliendas.	<ul style="list-style-type: none"> Existen actividades provenientes de la industria y el comercio, entre las actividades industriales que se desarrollan esta la elaboración de tejados manuales y el procesamiento de la caña de azúcar.
33		San Sebastián	San Sebastián se ha convertido en un destino con alta afluencia turística por su tradición de elaborar hamacas y otros	<ul style="list-style-type: none"> Cuentan con la Asociación de Artesanos Bataneros, Textiles (ASARTEBAT) Dentro del proceso de producción, dentro de la Asociación

			productos en telares, siendo esta la artesanía principal.	tenemos un aproximado de 35 talleres artesanales
34		San Vicente	En este lugar se da la producción de frutas, lácteos y la agroindustria de la caña de azúcar. Es conocido por la elaboración de dulces típicos artesanales.	<ul style="list-style-type: none"> • Extensión territorial de 267,25² • Este municipio también le está apostando al turismo, ya que desde la carretera se puede apreciar el volcán Chinchontepec y el Valle de Jiboa, un paisaje que envuelve a los amantes de la naturaleza.
35		Santa Clara	En el municipio el frijol rojo es el más representativo	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con tierras con potencial para la producción de granos básicos
36		Tecoluca	Se preparan distintos productos en base al marañón	<ul style="list-style-type: none"> • Alrededor de 150 manzanas cultivadas • Cuenta con una planta procesadora la cual emplea alrededor de 75 personas en su mayoría mujeres.
37		Verapaz	De los productos derivados de la caña de azúcar lo que identifica al municipio es el dulce de panela	<ul style="list-style-type: none"> • Asociación Cooperativa ACOPANELA de R. L. • La principal actividad económica es la agroindustria específicamente los productos derivados de la caña de azúcar, producto identitario es el dulce de panela, panela granulada y todos sus derivados.
38	Usulután	Jiquilisco	El cultivo del camarón es la principal actividad económica del municipio	<ul style="list-style-type: none"> • Aproximadamente se cultiva el 90% del camarón producido en el país. • Se genera empleo tanto para mujeres, hombres y jóvenes de la zona.
39		Puerto el triunfo	Se producen derivados a partir del cultivo de coco	<ul style="list-style-type: none"> • Productos derivados del coco, como aceites, harinas y estopa, artesanías y bisutería.
40	San Miguel	Chapeltique	Artesanías de fibra	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con una infraestructura con capacidad de producir mensualmente 630 mil yardas de tejidos planos de henequén

				<p>y kenaf y 54 mil yardas de tejido circular de henequén.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El municipio es rico en materias primas como las fibras
41		Chinameca	Los totopostes se producen en Chinameca desde 1950	<ul style="list-style-type: none"> • Diversas empresas en la zona se dedican a la producción de estos dulces.
42	La Unión	Conchagua	El turismo y artesanías son las actividades económicas principales debido a la riqueza de lugares que visitar en el municipio.	
43		La Unión	Turismo en la isla Zacatillo	<ul style="list-style-type: none"> • El municipio de La Unión tiene una extensión de 2,074.34 kms. Cuadrados
44		El Carmen	El producto identitario son las artesanías de ninfas	<ul style="list-style-type: none"> • El municipio de El Carmen tiene una extensión de 105.38 kms. cuadrados
45		Intipucá	La economía basada en el turismo en las playas del municipio	<ul style="list-style-type: none"> • El municipio cuenta con asociaciones de turismo y cooperativas de pescadores.
46		Meanguera del golfo	El turismo, la producción de artesanías marinas, la pesca y la producción de ostras	<ul style="list-style-type: none"> • Posee una extensión territorial de 16,68 kms cuadrados
47		San Alejo	En el municipio se elaboran productos a partir de las piedras entre las que destacan las artesanías	<ul style="list-style-type: none"> • Existen dos minas de propiedad privada además un promedio de 20 artesanos que realizan esta actividad.
48			Guatajiagua	Se producen artesanías de barro negro y rojo
49	Morazán	Meanguera	Los principales atractivos turísticos están relacionados a la guerra civil (turismo histórico), y artesanías	<ul style="list-style-type: none"> • En el municipio se elaboran productos de henequén, vainas para machete, concentrado para ganado y aves de corral, fábricas de ropa, de tejas, de bloques de cemento, de ladrillos y de muebles de madera. • En el comercio local existen tiendas y otros pequeños negocios. • Su comercialización la realiza con las cabeceras municipales

				de Jocoaitique, Osicala, Delicias de Concepción, Gualococti y El Rosario.
50		Osicala	Debido a que un 70% de la población dependen del cultivo de henequén, las artesanías de fibra es el producto identitario del municipio	<ul style="list-style-type: none"> • Distintas organizaciones promueven la utilización de productos derivados de esta fibra, que además de ser económica, es biodegradable, es decir, no produce daño alguno al planeta. Además se producen otros productos de henequén.
51		Perquín	Turismo (histórico y convencional) y artesanías.	<ul style="list-style-type: none"> • Se estima que 60,000 personas visitan Perquín cada año

Fuente: Documentos varios de la institución CONAMYPE.

Anexo 5. Cálculo del tamaño de la muestra para cada municipio.

La población son todos los elementos que tienen una característica en común, en este caso son todos los habitantes en los municipios elegidos en nuestra investigación. La muestra es un subconjunto de la población que es representativa, y adecuada y válida; representativa significa que a todos y cada uno de los elementos de la población tengan la misma oportunidad de ser tomados en cuenta para formar dicha muestra, y adecuada y válida significa que la muestra debe ser obtenida de tal manera que permita establecer un mínimo error posible respecto de la población.

Para obtener el tamaño de la muestra se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

σ = Desviación estándar

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza (es un valor constante)

e = Límite aceptable de error muestral

En nuestro caso “n” es nuestra incógnita, “N” es 10,000 que son los habitantes del municipio de **San Lorenzo**, “ σ ” que al no conocer su valor suele utilizarse un valor constante de 0.5, “Z” que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1.96 como valor más usual, “e” que cuando no se tiene su valor se suele utilizar un valor que varía entre el 1% (.01) y 10% (.1) en nuestro el valor de “e” será 10% (0.1).

Entonces:

n = ¿?

N = 10000

σ = 0.5

$$Z = 1.96$$

$$e = 0.1$$

Al sustituir en la ecuación tenemos el siguiente cálculo

$$n = \frac{10000(0.5)^2(1.96)^2}{(10000 - 1)(0.1)^2 + (0.5)^2(1.96)^2} = 95$$

El tamaño de la muestra es 95.

En el caso del municipio de **El Congo**, Santa Ana N es 24,219.

Entonces:

$$n = ?$$

$$\sigma = 0.5$$

$$Z = 1.96$$

$$e = 0.1$$

Al sustituir en la ecuación tenemos el siguiente cálculo

$$n = \frac{24219(0.5)^2(1.96)^2}{(24219 - 1)(0.1)^2 + (0.5)^2(1.96)^2} = 96$$

El tamaño de la muestra es 96.

En el caso del municipio de Concepción Quezaltepeque, Chalateno N es 15,111

Entonces:

$$n = ?$$

$$\sigma = 0.5$$

$$Z = 1.96$$

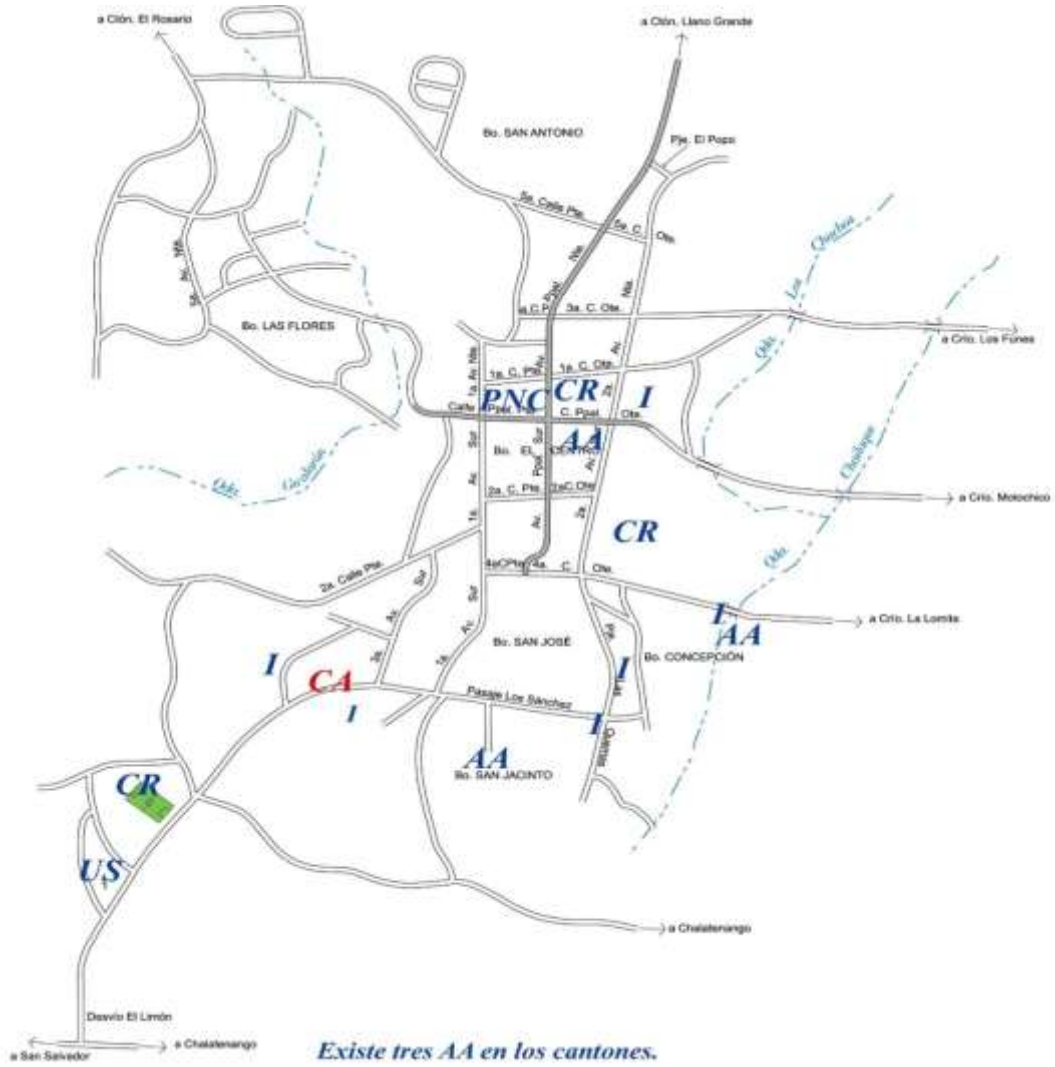
$$e = 0.1$$

Al sustituir en la ecuación tenemos el siguiente cálculo

$$n = \frac{15111(0.5)^2(1.96)^2}{(15111 - 1)(0.1)^2 + (0.5)^2(1.96)^2} = 95$$

El tamaño de la muestra es 95.

Mapa 4: División política del municipio de Concepción Quezaltepeque.



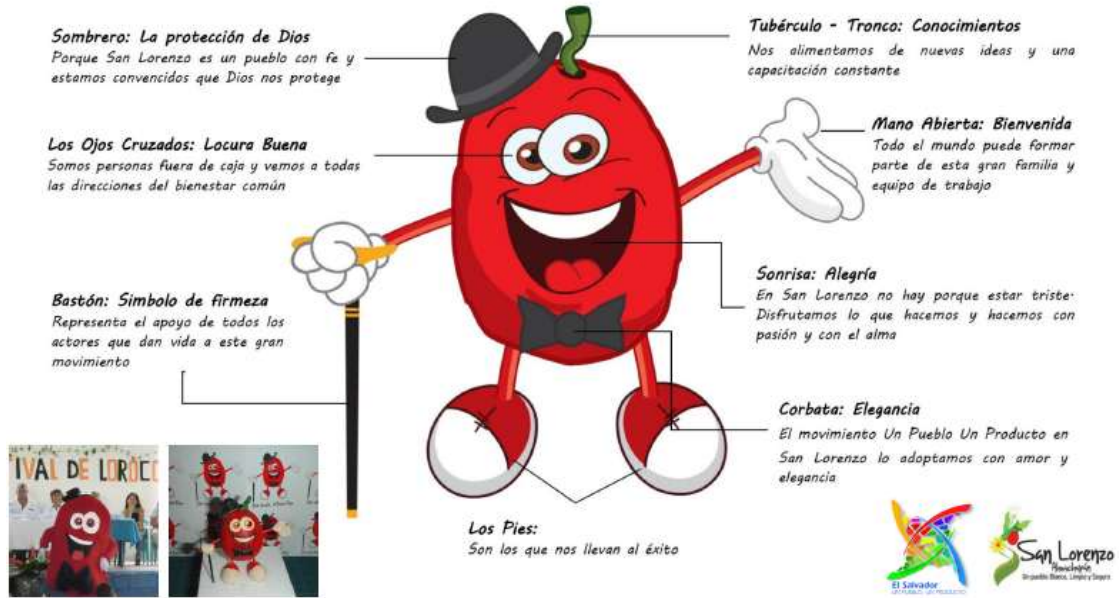
Fuente: Centro Nacional de Registro de El Salvador.

Anexos 7. Marcas creadas por el movimiento UPUP.





Don Jocote, el Barón Rojo



Zona Turística

La Bendición

El Bajadero

Muchos sabores, un solo lugar



Modelos de encuestas/entrevistas y resultados de trabajo de campo.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS ESCUELA DE ECONOMIA

Cuestionario dirigido a la sociedad civil que reside en el municipio de San Lorenzo, en el cual se desarrolla la estrategia Un Pueblo Un Producto.

Objetivo: Recopilar información para la elaboración de un diagnóstico de la evolución y desempeño que ha tenido la estrategia Un Pueblo Un Producto en el municipio de San Lorenzo, departamento de Ahuachapán.

Indicaciones: A continuación, se le presenta una serie de enunciados, marque con una "x" la casilla correspondiente y/o llene espacios en blanco. La información proporcionada es confidencial y será utilizada únicamente con finalidad científica y académica.

I PARTE DATOS GENERALES

1. Edad:
 - A) de 18 a 25 años _____
 - B) de 26 a 30 años _____
 - C) de 31 a 40 años _____
 - D) de 41 a 45 años _____
 - E) más de 46 años _____

2. Género:
 - A) femenino _____
 - B) masculino _____

3. ¿Desde hace cuánto tiempo reside en el municipio?
 - a. Nació en el municipio _____
 - b. Menos de 5 años _____
 - c. Más de 5 años _____

4. ¿Cuál es su nivel de escolaridad?
 - a. Básico _____
 - b. Medio _____
 - c. Universitario _____

5. ¿A qué tipo de actividad económica se dedica?
 - a. Comercio _____
 - b. Industria _____
 - c. Servicio _____
 - d. Agrícola _____
 - e. Artesanal _____

6. ¿Qué cargo desempeña en su lugar de trabajo? _____

7. ¿En promedio, a cuánto asciende su ingreso mensual?
 - a. Menos de 100 _____
 - b. Entre \$101-\$200 _____
 - c. Entre \$201-\$300 _____
 - d. Entre \$301-\$400 _____
 - e. Más de \$400 _____

8. ¿Qué tipo de empleo posee?
- a. Permanente _____
 - b. Temporal _____

**II PARTE
DESARROLLO LOCAL DEL MUNICIPIO**

9. ¿Conoce la estrategia Un Pueblo Un Producto?
- a. Si _____ (Responda pregunta 10)
 - b. No _____ (Pase a pregunta 11)
10. ¿Qué conoce sobre la estrategia Un Pueblo Un Producto?
- _____
- _____

11. ¿Considera que el producto o servicio que se impulsa mediante la estrategia, es representativo del municipio?
- a. Si _____
 - b. No _____

¿Por qué?: _____

12. ¿Tiene conocimiento de alguna marca que represente los productos o servicios que se impulsan mediante la estrategia?
- a. Si _____
 - b. No _____

13. ¿Considera que la creación de la marca ha incrementado el valor del producto o servicio emblemático del municipio?
- a. Si _____
 - b. No _____

¿Por qué? _____

**III PARTE
MEDICION DE LOS INDICADORES**

14. a. ¿Se han implementado programas de capacitación o adiestramiento con la estrategia, en el municipio?
- a. Si _____
 - b. No _____

b. ¿Qué tipo de programas se han implementado?

c. ¿Cómo han ayudado esos programas al municipio?

15. ¿Considera que se han visto mejorados los servicios que brindan los centros de salud del municipio, con la implementación de la estrategia?

a. Si _____

b. No _____

¿Porqué? _____

16. ¿Con la implementación de la estrategia como evaluaría el servicio de agua potable en el municipio?

a. Eficiente _____

b. Regular _____

c. Deficiente _____

¿Por
qué? _____

17. ¿Existen zonas naturales protegidas dentro del municipio?

a. Si _____

b. No _____

Menciónelas: _____

**IV PARTE
EVALUACION DE LA ESTRATEGIA**

18. ¿Cómo evaluaría la estrategia un pueblo un producto?

19. ¿Qué recomendaciones daría para mejorar la estrategia?



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESCUELA DE ECONOMIA



Guía de entrevista dirigida a los principales actores de la estrategia Un Pueblo Un Producto

Objetivo: Obtener información acerca de la situación actual del desarrollo de la estrategia Un Pueblo Un Producto.

I PARTE
DATOS GENERALES

1. Tipo de Actor:
 - a. Alcalde
 - b. Empresario
 - c. Cooperativa/Asociación
 - d. Cooperante externo

2. Rol que desempeña en el municipio
 - a. Líder
 - b. Representante
 - c. Miembro

3. ¿Desde hace cuánto tiempo reside en el municipio?
 - a. Nació en el municipio (pasar a pregunta 5)
 - b. Menos de 5 años
 - c. Más de 5 años

4. ¿Qué razones lo motivaron a migrar de su lugar de origen?

5. ¿Cuál es su nivel de educación?
 - a. Básico
 - b. Medio
 - c. Universitario

6. ¿A qué tipo de actividad económica se dedica?
 - a. Comercio
 - b. Industria
 - c. Servicio
 - d. Agrícola
 - e. Artesanal

7. ¿Qué cargo desempeña en su lugar de trabajo?

8. ¿Cómo describe la dinámica económica del municipio?

- a. Buena
- b. Regular
- c. Mala

¿Porque?

9. ¿Cuáles son los proyectos de desarrollo local que se han impulsado en el municipio?

10. A ¿Cuál es el monto FODES del municipio? (ALCALDE)

10. B ¿Cuál es la prioridad en que se utiliza el FODES, para los proyectos del municipio?

II PARTE
ESTRATEGIA UN PUEBLO UN PRODUCTO

11. ¿Conoce la estrategia Un Pueblo Un Producto?

- a. Si (explique)
- b. No

En que consiste:

12. ¿Conoce cuál es el producto o servicio que caracteriza al municipio?

13. ¿Qué instituciones participan en la estrategia Un Pueblo Un Producto en el municipio?
- a. Gobierno central
 - b. Gobierno local
 - c. ONG's (Cooperación Internacional)
 - d. Otras organizaciones (especifique)

14. ¿Qué tipo de apoyo reciben por parte de estas Instituciones?
- a. Financiera
 - b. Técnica
 - c. Recurso humano

15. A. ¿Cuál ha sido el desarrollo de la industria con la implementación la estrategia?
- a. Ha empeorado
 - b. Se mantiene igual
 - c. Ha mejorado

B. ¿Cuáles son?

16. ¿Sabe si hay alguna marca que represente el producto o servicio del municipio?

17. ¿Considera que la creación de la marca ha incrementado el valor del producto o servicio emblemático del municipio?
- a. Si
 - b. No

18. ¿Cuál es el nivel de producción anual de la empresa?

19. ¿Cuál es el promedio de turistas anualmente?

III PARTE
MEDICION DE LOS INDICADORES

20. ¿Se han implementado programas de capacitación o adiestramiento con la estrategia, en el municipio?

21. ¿Considera que se han visto mejorados los servicios que brindan los centros de salud del municipio, con la implementación de la estrategia?

22. ¿Con la implementación de la estrategia como evaluaría el servicio de agua potable en el municipio?

23. ¿Qué tipo de empresas se han generado con la estrategia y cuantas existen actualmente?

24. ¿Cuántas personas están contratadas en su empresa de forma permanente?

25. ¿Cuántos empleos temporales genera su empresa en el año?

26. ¿Qué tipo de inversiones se han realizado en el municipio?

27. ¿Existen zonas naturales protegidas dentro del municipio?

**IV PARTE
EVALUACION DE LA ESTRATEGIA**

28. ¿Cómo evaluaría la estrategia un pueblo un producto?

29. ¿Qué recomendaciones daría para mejorarla?

FOTOGRAFÍAS DE LOS PRODUCTOS EMBLEMÁTICOS






San Lorenzo
 Ahmichapán
 Un pueblo Blanco, Limero y Seguro

MINUTAS MAMANITA

Disfruta de Nuestros Sabores Naturales de Temporada y Exóticos





- Arrayan

- Mango

- Piña con limón

- Uva

- Naranja

- Jocote

- Coco

- Tamarindo

- Mora

- Zapote

- Queso con Leche

- Leche con vainilla

- Café con leche

- Leche con guineo ..

Minuta de Lulo

Minuta de Aguacate



