

## PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING TERRITORIAL PARA EL MUNICIPIO DE PITALITO HUILA

### **STRATEGIC TERRITORIAL MARKETING PLAN FOR THE MUNICIPALITY OF PITALITO HUILA**

Autor 1. Clara Sofía Caviedes Villegas

Administradora de Empresas, UNAD, Especialista en Gerencia Estratégica de Mercadeo, Magister en Administración de Empresas de la UNAD Florida y Magister en Administración de Organizaciones UNAD. Docente Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Grupo de grupo de investigación: Cananguchales

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7991-1699>.

Correo electrónico: clara.caviedes@unad.edu.co

#### **RESUMEN**

El estudio de prospectiva de marketing territorial se realizó en el Municipio de Pitalito Huila, que está ubicado geográficamente en una estrella vial donde convergen varios departamentos como Cauca, Caquetá, Putumayo, Nariño, convirtiéndolo en el epicentro comercial del sur de Colombia, este municipio se ha convertido en los últimos años como una región receptora de víctimas del conflicto armado que buscan nuevas y mejores oportunidades de vida, de acuerdo a este planteamiento y teniendo en cuenta el contexto del post acuerdo, se plantea la investigación utilizando una metodología prospectiva, con un análisis estructural que contempla el diseño de un escenario ideal para un territorio de paz. Para construir las estrategias para del Plan de Marketing Territorial, se aplica la teoría del mix marketing para ciudades identificado por diversos autores como las 4A que componen las Amenidades, Atractivos, Accesibilidad y la Acción de la Ciudad.

Subsiguientemente, se realiza la construcción de un Plan Estratégico, definiendo como elementos de marketing de territorio, identidad, imagen con el propósito de mostrar a Pitalito como un territorio con identidad propia y una marca diferenciadora, a través, de la exposición de los atributos, ubicación, contexto, capacidades y coherencia, y posicionar el Municipio de Pitalito como un territorio de paz el año 2030 con mejores oportunidades para la inversión empresarial en turismo y agronegocios.

**Palabras clave:** Marketing territorial; estrategias; prospectiva; posicionamiento, marca ciudad.

#### **ABSTRACT**

The territorial marketing prospective study was carried out in the Municipality of Pitalito Huila, which is geographically located in a road star where several departments such as Cauca, Caquetá, Putumayo, Nariño converge, making it the commercial epicenter of southern Colombia, this municipality is In recent years it has become a receiving region for victims of the armed conflict who are looking for new and better life opportunities, according to this approach and taking into account the context of the post agreement, the research is proposed using a prospective methodology, with a structural analysis that contemplates the design of an ideal scenario for a territory of peace.

To construct the strategies for the Territorial Marketing Plan, the theory of mix marketing for cities identified by various authors such as the 4A that make up the Amenities, Attractions, Accessibility and Action of the City is applied.

Subsequently, the construction of a Strategic Plan is carried out, defining as territory marketing elements, identity, image with the purpose of showing Pitalito as a territory with its own identity and a differentiating brand, through the exposure of the attributes, location, context, capabilities and coherence, and position the Municipality of Pitalito as a territory of peace in 2030 with better opportunities for business investment in tourism and agribusiness.

**Keywords:** Territorial marketing; strategies; prospective; positioning; city brand.

## INTRODUCCIÓN

El municipio de Pitalito, incrustado en el “Valle de Laboyos” posee gran potencial en recursos naturales, a nivel mundial es reconocido por la producción del café especial y las diferentes prácticas agrícolas de esta zona, la cercanía con el Parque Arqueológico de San Agustín e Isnos, le posibilitan al municipio apostarle al turismo rural, agroturismo y turismo arqueológico como una estrategia de desarrollo sostenible y así convertirse en un referente para la oferta turística a nivel nacional, aprovechando las oportunidades que ofrecen la Firma de los Acuerdos de Paz.

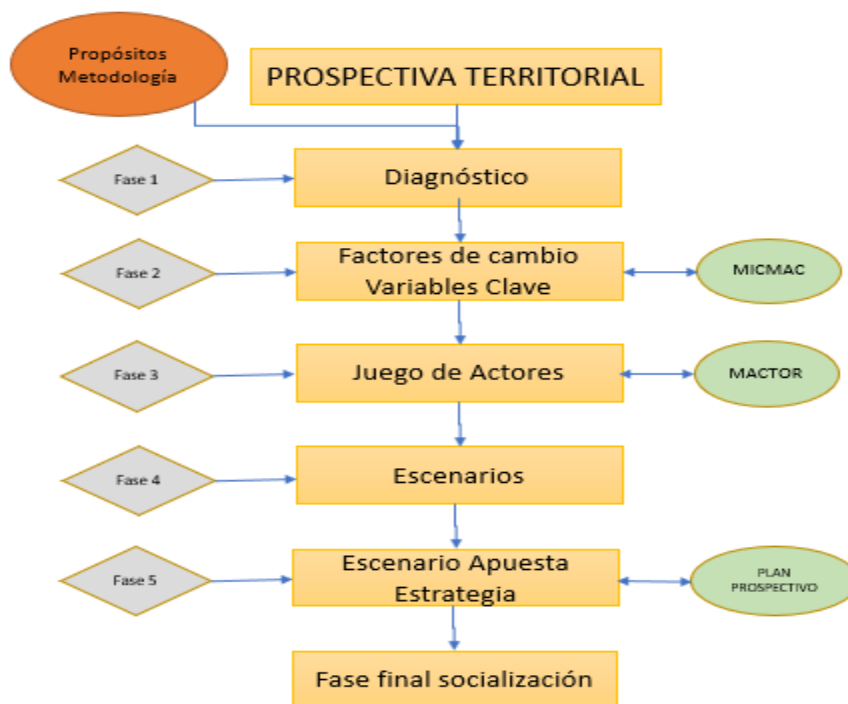
El plan estratégico de marketing territorial para el Municipio de Pitalito Huila, surge del estudio prospectivo a partir de la construcción de los escenarios, muestra la ruta que debe desarrollarse a fin de poder fortalecer las ventajas comparativas y competitivas que posee Pitalito y garantizar que la marca de territorio pueda tener éxito y se identifiquen factores diferenciadores a nivel nacional y también internacional, dirigidos especialmente a un público externo conformado por empresarios e inversionistas foráneos que puedan generar nuevos sectores productivos en la ciudad, al igual que incrementar el número de visitantes, turistas y especialmente potenciales residentes que busquen un ambiente saludable, aprovechar las riquezas hídricas y también procesos académicos y de investigación por las cualidades de la ciudad.

El escenario apuesta elegido, se constituye en un referente del plan estratégico para recorrer el camino y llegar a él en el horizonte de tiempo establecido que se visualiza hacia el año 2030, donde se plantean objetivos metas, estrategias, líneas de acción, actividades o proyectos y se establecieron las responsabilidades (unidades ejecutoras) y los tiempos.

Como antecedentes de investigaciones con la metodología de prospectiva se tiene estudios realizados como “Retos y desafíos de la competitividad y sostenibilidad de los territorios al año 2030” escrito por (Avendaño, 2018).

## METODOLOGÍA

Para el desarrollo de la investigación de Marketing Prospectivo para el Municipio de Pitalito Huila, se utilizó el modelo prospectivo, con estudios de tipo descriptivo, para lo cual se estudiaron las diferentes experiencias, teorías y autores sobre la prospectiva y su aplicación en el territorio. Se tuvo en cuenta el esquema de trabajo que se plantea en el libro de prospectiva de territorial, de la siguiente manera (Gabiña Carrera J. , 1998):



## DISCUSIÓN Y RESULTADOS

Para la construcción del Plan Estratégico, se ha definido como elementos de marketing de territorio identidad, imagen y comunicación tiene como propósito general posicionar a Pitalito como un territorio de Paz a través de la exposición de los atributos diferenciadores del mismo. Para lo cual se definieron los siguientes objetivos:

### Objetivos propuestos

Rescatar la identidad de Territorio de Paz de Pitalito a partir de la identificación de la vocación, el contexto, capacidades y coherencia, con el fin de lograr un posicionamiento a nivel nacional e internacional.

Diseñar la imagen de Territorio de Paz de Pitalito a partir de la percepción de los actores locales, proyectándolo a nivel nacional e internacional.

Diseñar una política de comunicación a partir de los cinco pilares que conlleve a una interrelación de actores internos y externos del territorio.

### Metas propuestas

Posicionar el Municipio de Pitalito como un territorio de paz el año 2030 con mejores oportunidades para la inversión empresarial en turismo y agronegocios.

Incrementar en 50% el número de visitantes y turistas a los diferentes servicios ofrecidos por el territorio y los municipios aledaños.

Mejorar la competitividad económica del municipio en materia de infraestructura vial, de servicios públicos y conectividad digital.

### Marco estratégico

Para construir las estrategias para del Plan de Marketing Territorial para el Municipio de Pitalito Huila, se aplica la metodología del mix marketing para ciudades identificado por

diversos autores como las 4A que componen las Amenidades, Atractivos, Accesibilidad y la Acción de la Ciudad.



Figura 1. Mix city marketing Pitalito Huila  
Fuente: elaboración propia

A partir de las 4A que componen las Amenidades, Atractivos, Accesibilidad y la Acción de la Ciudad, para construir la identidad, la imagen y comunicación de la región.

## Estrategias de identidad

Cada región posee unos atributos diferenciadores que la hacen especial, entre los que se cuentan la vocación, el contexto, capacidades y coherencia.

**Vocación.** El Municipio de Pitalito, dentro de la cuenca del Alto Magdalena pertenece a un sistema funcional denominado Centro Geográfico de atracción. Pitalito, además debe consolidar su vocación de ciudad de comercio y servicios, con una importante oferta cultural de carácter artístico y artesanal, siendo la artesanía y el gusto por el mundo de los equinos, el que le permite a la ciudad convocar al país cada año a la Feria Artesanal y Equina, evento que dinamiza las actividades económicas y sociales locales. (Alcaldía de Pitalito, 2016)

**Contexto.** El Municipio de Pitalito se localiza en el sureste del Departamento del Huila con una extensión de 625,55 Km<sup>2</sup> a unos 195 km de Neiva por una carretera en buenas condiciones y con un alto flujo de vehículos de transporte público y particular. Desde Bogotá es posible llegar directamente por vía aérea. Pitalito limita por el norte con los Municipios de Saladoblanco y Elías; por el sur con el Municipio de Palestina y el Departamento del Cauca; por el oriente con el Municipio de Acevedo y por el occidente con los Municipios de Isnos y San Agustín. Pitalito se ubica a los 1° 51' 07" de Latitud Norte y 76° 02' 14" de Longitud Oeste. (Alcaldía de Pitalito, 2016)

**Capacidades.** La ubicación geográfica de Pitalito le brinda una gran riqueza ecológica y oferta de recursos naturales, al estar ubicado en la zona del macizo colombiano, se despliega por el territorio una extensa red hídrica, siendo cruzado por el río Magdalena, además el municipio se encuentra localizado entre tres grandes ecosistemas estratégicos, al occidente el Parque Nacional Puracé, al oriente el Parque Nacional Cueva de los Guácharos y al sur el Macizo Colombiano.

La cultura de los habitantes del territorio del valle del Laboyos se caracteriza por el trabajo de la arcilla en alfarería y cerámica, un oficio que se ha mantenido desde las épocas precolombianas y es un factor constitutivo de la identidad local. Esta tradición artesanal del municipio de Pitalito, constituye uno de los factores identificados como potencial de desarrollo local a partir del fomento de la Industria Cultural. El elemento principal del

concepto de identidad sobre el cual se desarrolle el sector turístico. (Ramírez Castrillón, 2015)

Coherencia. Para aprovechar al máximo las potencialidades que posee el municipio se requiere de múltiples sinergias para la promoción de agremiaciones privadas con los sectores público, privado y la academia. Una articulación de las 4A que componen las Amenidades, Atractivos, Accesibilidad y la Acción de la Ciudad, que componen el mix Citymarketing de Pitalito.

### Visión de Pitalito Huila

En el año 2030 Pitalito será un territorio de paz digno de sus pobladores, una ciudad en donde los sueños de los laboyanos puedan ser realizables, mejoren las oportunidades para los niños, niñas y adolescentes procurando su desarrollo integral, donde los pobladores estemos preparados para recibir el desarrollo y progreso que nos consolidará como la capital del sur colombiano.

Estrategia Competitiva

Ofrecer productos diferenciados, en segmentos y mercaos especializados que permita aprovechar las fortalezas y características del territorio del Valle de Laboyos: Un destino cultural único donde se active la Ruta de los Sentidos.

### Plan estratégico de marketing territorial para el Municipio de Pitalito Huila

Metas	Estrategias	Acciones	Responsable	Tiempo
Posicionar el Municipio de Pitalito como un territorio de paz el año 2030 con mejores oportunidades para la inversión empresarial en turismo y agronegocios.	<b>Estrategia de Identidad</b> Identificar cada uno de los atributos diferenciadores que la hacen especial el Valle de Laboyos, entre los que se cuentan la vocación, el contexto, capacidades y coherencia.	Construir un portafolio de los atributos del territorio, haciendo énfasis en la vocación	Alcaldía de Pitalito Empresas. Descentralizadas del Municipio. Comité de Cafeteros Cámara de Comercio de Neiva – Seccional Pitalito Universidades – SENA	36 meses
	<b>Estrategia de Imagen</b> Es la forma de como los actores locales pretenden que el territorio sea percibido, para lo cual se la definido la Ruta de los Sentidos. <b>Tacto:</b> Arcilla <b>Olfato:</b> Guayaba y café <b>Vista:</b> Orquideas y paisajes y pintores <b>Gusto:</b> Proceso del	Gestionar recursos del estado para el apoyo a las diferentes ferias y eventos que potencializan la ruta de los sentidos.	Alcaldía de Pitalito Empresas. Comité de Cafeteros Cámara de Comercio de Neiva – Seccional Pitalito Universidades – SENA	36 meses



Metas	Estrategias	Acciones	Responsable	Tiempo
	<p>Café, degustación y catación.</p> <p><b>Estrategia de Comunicación</b> Articular la comunicación específica de productos definidos en las 4A, a través de campañas que intentan sintetizar en piezas de comunicación la propuesta de valor de los productos.</p>	<p><b>Construir una comunicación hacia actores externos al territorio</b> <b>Marketing externo</b> Desarrollar atención sobre las potencialidades del territorio Evidenciar el posicionamiento competitivo territorial Brindar informaciones sobre la estrategia y los proyectos de desarrollo Favorecer las relaciones con actores locales.</p> <p><b>Construir una comunicación hacia actores internos al territorio</b> <b>Marketing interno</b></p>	<p>Alcaldía de Pitalito Cámara de Comercio de Neiva – Seccional Pitalito</p>	<p>60 meses</p>
<p>Incrementar en 50% el número de visitantes y turistas a los diferentes servicios ofrecidos por el territorio y los municipios aledaños.</p>	<p>Realizar alianzas estratégicas con el Parque Arqueológico de San Agustín e Isnos, con el fin de prestar los servicios hoteleros y de restaurantes en Pitalito.</p> <p>Articular con las agencias de viajes</p>	<p>Gestionar recursos del estado para el apoyo a las diferentes ferias y eventos que potencializan la ruta de los sentidos.</p> <p>Diseñar el portafolio de la</p>	<p>Alcaldía de Pitalito Cámara de Comercio de Neiva – Seccional Pitalito</p>	<p>48 meses</p>

Metas	Estrategias	Acciones	Responsable	Tiempo
	las fiestas y eventos que se realizan en Pitalito.	Ruta de los Sentidos del territorio de Paz.		
Mejorar la competitividad económica del municipio en materia de infraestructura vial, de servicios públicos y conectividad digital.	<p>Apoyar la asociatividad en los sectores agropecuarios y turísticos</p> <p>Impulsar la innovación y la transformación de las empresas orientándolas hacia la sostenibilidad.</p> <p>Aprovechar la potencialidad de recursos naturales para generar negocios sustentables.</p> <p>Generar valor agregado en las empresas aumentando su cadena de valor.</p> <p>Construir una institucionalidad que facilite el diálogo público-privado.</p> <p><b>Gobiernos Municipales fiscalmente responsables e inclusivos.</b></p>	<p>Reconocer las experiencias exitosas alrededor del posconflicto en el Territorio.</p> <p>Diseñar programas en torno a los Acuerdos de Paz.</p> <p>Diseñar programas de educación armónica en torno a la paz desde la Inicial hasta la Superior</p> <p>Mejoramiento vial del territorio</p> <p>Realizar acciones en torno a la resiliencia para la acogida de los actores del conflicto</p>	Alcaldía de Pitalito Empresas. Comité de Cafeteros Cámara de Comercio de Neiva – Seccional Pitalito Universidades – SENA	60 meses

Fuente: elaboración propia

## CONCLUSIONES

El desarrollo de la investigación de marketing territorial en el Municipio de Pitalito, con metodología prospectiva, permitió el diseño de estrategias, partiendo de la revisión de los contextos económicos, productivos, ambientales, socio culturales e institucionales, donde se logró identificar las perspectivas de cambio y factores de éxito del Municipio.

Se logró analizar las ventajas comparativas de la región como fortalezas para el diseño de estrategias de desarrollo económico y social del municipio con el plan de marketing. Apoyado con el City Marketing se logró establecer la ruta para el posicionamiento del Municipio de Pitalito con proceso que abarcan desde la comercialización, integración de productos, hasta presentar la capacidad para lograr una dimensión que permita la penetración en los mercados.

## REFERENCIAS

Alcaldía de Pitalito. (2018). Recuperado de

[https://www.google.com/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&ved=2ahUK Ewj7o6CIoIXiAhWKY98KHcU0A20Qjhx6BAgBEAM&url=https%3A%2F%2Fwww.pdfkitapciniz.com%2Ftag%2Fpitalitobicentenario&psig=AOvVaw3MptLoV11Z\\_tNeAUD DzF8l&ust=1557175263742973](https://www.google.com/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&ved=2ahUK Ewj7o6CIoIXiAhWKY98KHcU0A20Qjhx6BAgBEAM&url=https%3A%2F%2Fwww.pdfkitapciniz.com%2Ftag%2Fpitalitobicentenario&psig=AOvVaw3MptLoV11Z_tNeAUD DzF8l&ust=1557175263742973)

Alcaldía de Pitalito . (2016). *Plan de Desarrollo Municipio de Pitalito 2016 - 2019*. Pitlaito.

Alcaldía de Pitalito. (2016). *Plan de Comunicación Alcaldía de Pitalito 2016-2019*. Pitalito.

Recuperado de

<http://www.alcaldiapitalito.gov.co/calidad/estrategicos/PlanComunicaciones2016-2019.pdf>

Avendaño, M. M. (2018). *Retos y desafíos de la competitividad y sostenibilidad de los territorios al año 2030*. Obtenido de Retos y desafíos de la competitividad y sostenibilidad de los territorios al año 2030. Recuperado de

<http://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/working/article/view/2589/2700>

Gabiña Carrera, J. (1998). *Prospectiva y ordenación del territorio*. Barcelona, España:


Marcombo S.A.

Godet, M. (1993). *De la anticipación a la acción* . Barcelona, España: Marcombo. Recuperado de

<https://administracion.uexternado.edu.co/matdi/clap/De%20la%20anticipaci%C3%B3n%20a%20la%20acci%C3%B3n.pdf>

INCODER. (2012). *El desarrollo rural con enfoque territorial*. Bogotá, Colombia : INCODER.





Martin Silva, P. (Dir.). (2015). *Ruta de los Sentidos*. [Película].

Mendez Alvarez, C. E. (2001). *Metodología : guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas*. Bogotá, Colombia: McGraw-Hill.

Morad, G. E. (2018). *Los colores y sabores de Pitalito*. Recuperado de <https://www.radionacional.co/noticia/marcha-pitalito/los-colores-sabores-de-pitalito>

Municipio de Pitalito. (2016). *Plan de Desarrollo Municipal*. Pitalito. Recuperado de [http://www.alcaldiapitalito.gov.co/normatividadvigente/Acuerdo\\_022-2016.pdf](http://www.alcaldiapitalito.gov.co/normatividadvigente/Acuerdo_022-2016.pdf)

Pitalito Noticias. (2016). En Imagenes: Festival Cultural Por La Paz En Pitalito Huila. Obtenido de <http://www.pitalitonoticias.com/2016/07/festival-cultural-por-la-paz-en.html>

Ramírez Castrillón, C. A. (2015). *Perfil Productivo Municipio de Pitalito*. Pitalito. Recuperado de <https://ormethuiladotorg.files.wordpress.com/2015/12/perfil-productivo-municipio-de-pitalito.pdf>

