



Certificación sobre proceso de apropiación social del conocimiento para el fortalecimiento o solución de asuntos de interés social

Como Presidente Municipal del Ayuntamiento Constitucional de Amatitán, Estado Jalisco, México, al amparo de las facultades que me concede la ley estatal, certifico que en el territorio municipal se adelantó el proyecto de investigación titulado: **Propuesta de estrategias de marketing social para el mejoramiento de condiciones de vida en el municipio de Amatitán, estado Jalisco, México 2021.**

Problemática social atendida: Mejoramiento de las relaciones entre la administración pública y los actores sociales, a través de la efectividad en la administración de los recursos públicos destinados al uso de canales de información

Objetivos de desarrollo sostenible impactados

Número de ODS	Denominación
16	Paz, justicia e instituciones sólidas
17	Alianzas para lograr los objetivos
3	Salud y bienestar
10	Reducción de las desigualdades
12	Producción y consumo responsables

Entidades participantes:

Nombre de entidad	Tipo de entidad	País	Participación
Ayuntamiento Municipal de Amatitán	Pública	México	Líder de proyecto, gestora y financiadora
Instituto tecnológico José Mario Molina Pasquel y Enríquez – Campus Tequila	Institución de educación pública	México	Gestora, ejecutora y financiadora
Universidad Autónoma de Zacatecas	Institución de educación pública	México	Gestora, ejecutora y financiadora
Fundación Centro de Investigaciones para	Asociación Civil	Colombia	Líder de proyecto, gestora y financiadora



el Emprendimiento y Desarrollo Social			
Corporación Universitaria Iberoamericana	Institución de educación privada	Colombia	Líder de proyecto, gestora y financiadora
Fundación Universitaria Colombo Germana	Institución de educación privada	Colombia	Líder de proyecto, gestora y financiadora
Universidad Internacional de Valencia	Institución de educación privada	España	Gestora y financiadora

Investigadores:

Nombre	Institución
Fabián Santofimio Vargas	Corporación Universitaria Iberoamericana
Francisco Caballero Otálora	Fundación Universitaria Colombo Germana
Paola Cruz Tejada	Fundación Centro de Investigaciones FUNCIEDES
Nelson Orlando Alarcón Villamil	Fundación Centro de Investigaciones FUNCIEDES
Jacob Alejandro Navarro Caro	Ayuntamiento Municipal de Amatitán
María Esther González López	Instituto tecnológico José Mario Molina Pasquel y Enríquez – Campus Tequila
Humberto de Luna López	Universidad Autónoma de Zacatecas
Erika Villaizón Castro	Fundación Centro de Investigaciones FUNCIEDES
Rafael López Martos	Fundación Centro de Investigaciones FUNCIEDES
Angélica Santofimio Vargas	Fundación Centro de Investigaciones FUNCIEDES
Hermes Ulises Prieto Mora	Universidad Internacional de Valencia

Tipo de organización: El Ayuntamiento Municipal de Amatitán, es definido en la Constitución de los Estados Unidos Mexicanos como una entidad política de gobierno de carácter público.

Objetivo

Proponer estrategias de marketing social para el mejoramiento de condiciones de vida en el casco urbano municipio de Amatitán, Estado Jalisco, México 2021.



Descripción

El proyecto de investigación que conduce a la ejecución de esta particular propuesta relacionada con el marketing social surge de una regular percepción de la población frente a las actividades desarrolladas por el Ayuntamiento para cumplir con las propuestas del plan de gobierno. Esta percepción poblacional se obtiene de un proyecto ejecutado por las mismas entidades participantes durante el año 2020, cuando los funcionarios públicos estimaban que habían desbordado sus capacidades para hacerle frente a uno de los momentos críticos de la pandemia.

Específicamente, se hace referencia a las campañas adelantadas por el municipio para prevenir la propagación del virus por COVID 19, las cuales para el año 2020 ascendieron a una inversión cercana a los 1.9 millones de pesos mexicanos, de los cuales 72% aproximadamente fueron originados en la empresa privada, 23% de recursos de la administración pública y 5% de los pobladores del municipio a través de asociaciones civiles, ejidos y grupos específicos.

El monto invertido triplicó para dicho año, el 2020, los recursos que generalmente se destinan en el presupuesto del municipio para este tipo de actividades, lo que condujo a los investigadores a pensar que el problema de percepción iba más allá de los recursos y se optó por iniciar el proyecto de investigación durante el mes de septiembre de 2020, obtener resultados teóricos en mayo de 2021 e impactos tangibles durante el mes de agosto al término de esta administración.

Impacto Generado

El proyecto terminó por presentar mediante un informe académico, las variables de percepción humana que explicaban de la mejor manera la probabilidad de éxito de las campañas con objeto social en el municipio, teniendo entre otras la edad del grupo objetivo, el nivel de formación académica y su estatus laboral.

Con esto los investigadores entregaron al municipio un compendio de indicadores que más allá de revelar el porque las campañas anteriores no habían tenido el impacto esperado en el público, permitió posterior a ello diseñar unas nuevas que permitieron optimizar recursos para esta finalidad, impactar directamente sobre las problemáticas sociales a atender y de manera efectiva creando consciencia en quienes se buscó tal propósito.

La administración pública y la empresa privada lograron además comprender que en ocasiones este tipo de actividades traspasa la intención del mensaje y se sienta



a la mesa de los pobladores creando una preocupación mayor ante la limitación de recursos y factores culturales, por lo que estas variables se incluyeron en las actividades posteriores, generando para el territorio importantes beneficios como los que se presentan a continuación:

Beneficios Obtenidos

Las acciones adelantadas por esta administración, con base a los resultados arrojados por la administración, produjeron los siguientes resultados directos:

1. Reducción a cero el número de fallecimientos por COVID 19 en el municipio.
2. Reducción en un 60% del número de contagios por COVID 19.
3. Implantación de la cultura de asepsia en los pobladores.
4. Fabricación de gel antibacterial derivado del proceso del agave como insumo central en la elaboración del Tequila. Las casas tequileras más importantes del municipio donaron cerca de 100 mil litros de gel antibacterial que fueron suficientes para cubrir el 100% de los pobladores, llegando a aproximadamente el 92% de los habitantes.
5. Adicional a ello, se logró la donación de cerca de 40 mil litros adicionales de gel antibacterial a artesanos y comerciantes del municipio, con el fin de que estos acudieran a la creatividad y comercializaran el producto a costo cero en diversas presentaciones que fueron atractivas para propios y turistas.
6. Catorce (14) tejedoras fueron beneficiadas con el suministro de aproximadamente veintidós (22) toneladas de desecho de acabe, las cuales fueron transformadas en textiles a base de agave. Estos textiles fueron distribuidos entre cerca de treinta y seis (36) artesanos y artesanas, que los transformaron en toallas de mano y tapabocas que fueron comercializados con gran éxito en el territorio, dinamizando de esta manera nuevos circuitos económicos que terminaron beneficiando a un buen número de ciudadanos.

Finalmente, el éxito del proyecto, más allá del impacto generado, radica en que estas acciones de implementación de los indicadores, que fueron desde la preparación de los artesanos para la manipulación del desecho de agave y los canales de distribución, tuvieron un costo cercano a los 600 mil pesos mexicanos, equivalentes a aproximadamente el 35% de los invertido durante el año 2020, tan solo en publicidad de concientización.

Finalmente, es de anotar que esta herramienta fue compartida con otros municipios vecinos, tales como Tequila, Tala, Ahualulco de Mercado, El Arenal, entre otros, para que la pusieran en práctica y de esta manera buscar el desarrollo de la región y la cooperación entre los territorios del paisaje agavero, toda vez que son



municipios que se sostienen principalmente del turismo y actividades conexas, mismo pilar económico que fuente de vida tradicional, se convirtió por cuenta de la pandemia en una amenaza para la misma.

Agradecido con el grupo de investigadores y las instituciones que hicieron posible estos proyectos de investigación que le permitieron al municipio de Amatlán brillar cuando todo era oscuro e incierto.

A los 8 días del mes de septiembre de 2021,

Atentamente
"2021 año de la independencia"



Ing. GILDARDO PARTIDA MELENDREZ
Presidente Municipal
Honorable Ayuntamiento De Amatlán

