

MARCO DE TRABAJO MOTIVACIONAL

**ACTITUDINAL Y TENDENCIAL PARA LA “ASOCIACIÓN DE
COMERCIANTES Y EMPRESARIOS DE SAN ANDRÉS Y
SAUCES”**

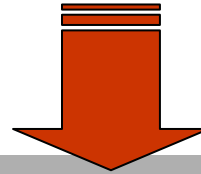
Miércoles 8 de Octubre 2008

INTRODUCCIÓN

- ☑ **La nueva dirección de la ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES Y EMPRESARIOS DE SAN ANDRÉS Y SAUCES DE LA PALMA (en adelante, ACE) está interesada en el desarrollo de un PLAN ESTRATÉGICO SECTORIAL**
- ☑ **Por dos cuestiones esenciales:**
 - ➔ **RENOVACIÓN DE SU DIRECCIÓN e interés en buscar nueva orientación-gestión-meta estratégica**
 - **Dimensión Interna**
 - ➔ **CAMBIOS DEL ENTORNO-CONTEXTO SOCIAL, interés por maximizar los esfuerzos y que todas las líneas de trabajo coincidan con las tendencias sociales:**
 - **NUEVO PAPEL DE LO RURAL Formando parte del sistema de relaciones ECONÓMICAS, POLÍTICAS, CULTURALES, etc.,**
 - **INCREMENTO DE LAS ÁREAS URBANAS, búsqueda de nuevos espacios rurales para el ocio, la vida ...**

INTRODUCCIÓN

- ☑ Cuestiones en todo caso que subyacen a la **COMPLEJIDAD, MULTIDETERMINACIÓN, GLOBALIZACIÓN, ETC, ETC.**, como elementos fundamentales en el nuevo contexto



CAMBIAR Y MEJORAR LA REALIDAD SOCIO-EMPRESARIAL EXIGE UNA PROPUESTA-DISPOSITIVO DE ACCIÓN- INVESTIGACIÓN COMPLEJO

- ☑ Único modo de
 - ➔ **MINIMIZAR** Riesgos
 - ➔ **MAXIMIZAR** todas las Ventajas



OPTIMIZANDO LAS ENERGÍAS, LOS ESFUERZOS, LAS ILUSIONES ...

CAMBIOS EN EL
CONTEXTO
GENERAL

CAMBIOS EN EL CONTEXTO GENERAL

CAMBIOS EN EL
CONTEXTO
GENERAL

- ☑ El fenómeno conocido como **GLOBALIZACIÓN** lleva aparejada el aspecto más visible de ...
 - ➡ **CRECIMIENTO DE ZONAS URBANAS**
- ☑ Pero también un aspecto menos visible pero de igual importancia

NUEVO CONCEPTO DE LO RURAL COMO PARTE ESENCIAL DE LAS RELACIONES ECONÓMICAS, POLÍTICAS Y CULTURALES

- ☑ Esta situación se traduce en ...

**NUEVAS RELACIONES ENTRE “ESPACIO”
Y “SOCIEDAD”**

- ☑ Nuevas relaciones que llevan aparejadas, inobviamente:
 - ➡ **Cambios de Categorías mentales en la relación con el ESPACIOCERCA/LEJOS ...**
 - ➡ **Cambios en las Políticas de Gestión**
 - ➡ **Cambios en Enfoques diferenciales**

CAMBIOS EN EL
CONTEXTO
GENERAL

- ☑ **Estos cambios en la “PERCEPCIÓN DEL ESPACIO” están basados en ...**

- ➔ **GLOBALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA**

- ➔ **REVOLUCIÓN DE LAS TECNOLÓGICO-INFORMACIONAL**

LOS PROCESOS TELEMÁTICOS Y DE COMUNICACIÓN ACABAN ARTICULANDO PROCESOS SOCIALES IGUALMENTE REALES E IGUALMENTE IMPORTANTES SOCIOECONÓMICAMENTE

LA GLOBALIZACIÓN ECONÓMICA HACE DEPENDER LA RIQUEZA DE LAS NACIONES, EMPRESAS, INDIVIDUOS MOVIMIENTOS DE CAPITAL DE ...

CADENAS DE GESTIÓN (Crisis Actual ...)

- ☑ **Situación que tiene como resultado para los entornos empresariales en el ámbito rural**

- ➔ **NUEVA BASE TERRITORIAL COMO PLATAFORMA DE LO SOCIO-ECONÓMICO**

SOCABAMIENTO DEL CONCEPTO DE UN ÚNICO TERRITORIO PRIVILEGIADO COMO UNIDAD DE PRODUCCIÓN Y CONSUMO

CAMBIOS EN EL
CONTEXTO
GENERAL

- ☑ En términos sencillos, esto quiere decir, que cualquier actuación que tenga la intención de intervenir de una manera efectiva en los ámbitos rurales y en el espacio empresarial-comercial ... no puede desconocer este NUEVO campo de fuerzas, de manera particular ...

“GRANDE”



“PEQUEÑA”

“CIUDAD”



“CAMPO”

“CAPITALINO”



“PERIFÉRICO”

“CULTURA”



“SALVAJE”

“BLANCO”



“NEGRO”

“DUALISMO MONISTA” Y MODELO DE CONSUMO-
PRODUCCIÓN FRAGMENTADO (Proyecto de la
Modernidad Agotado)

CAMBIOS EN EL
CONTEXTO
GENERAL

- ☑ **Estamos ante un NUEVO CAMPO DE FUERZAS Y UN PROCESO DE ARTICULACIÓN ABIERTA entre ...**

TECNOLOGÍA/ECONOMÍA/SOCIEDAD/ESPACIO

- ☑ **En lugar de DUALIDAD-EXCLUYENTE, estamos ante un CONCEPTO DE COMPLEMENTARIEDAD**

LO LOCAL Y LO GLOBAL

- ☑ **La importancia estratégica de LO LOCAL como CENTRO DE GESTIÓN DE LO GLOBAL en el nuevo sistema tecnoeconómico puede apreciarse en tres ámbitos:**

**A.- PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD ECONÓMICA
B.- INTEGRACIÓN SOCIAL Y CULTURAL
C.- REPRESENTACIÓN Y GESTIÓN POLÍTICAS**

CAMBIOS EN EL
CONTEXTO
GENERAL

- ☑ **A.- El Contexto Territorial es un elemento decisivo en la generación de COMPETITIVIDAD de UNIDADES ECONÓMICAS**
 - ➡ **Tradicionalmente operaban más las barreras arancelarias, los tratos de favor políticos, geopolítica ...**
 - ➡ **Actualmente, son claves LA GENERACIÓN DE CONDICIONES DE PRODUCTIVIDAD EN EL ÁMBITO TERRITORIAL propiamente dicho**

- ☑ **Esto supone ...**
 - ➡ **Infraestructura Tecnológica Adecuada**
 - ➡ **Sistemas de Comunicaciones que aseguren la conectividad del territorio con los flujos globales de ...**
 - **PERSONAS**
 - **INFORMACIÓN**
 - **MERCANCÍAS**
 - **CAPITALES**

CAMBIOS EN EL
CONTEXTO
GENERAL

- ☑ **B.- La GLOBALIZACIÓN requiere, de suyo, el Mantenimiento de identidades culturales a fin de estimular el sentido de pertenencia cotidiana a una sociedad concreta**
 - ➡ Frente a la tradicional y más clásica HEGEMONÍA de VALORES UNIVERSALISTAS lo clave en el momento actual es LA DEFENSA Y CONSOLIDACIÓN DE PARTICULARISMOS CON BASE HISTÓRICA Y TERRITORIAL
 - ➡ ÉSTE ES UN ELEMENTO BÁSICO DEL SIGNIFICADO DE LA SOCIEDAD PARA LOS INDIVIDUOS

- ☑ **C.- Nueva concepción del espacio y de lo territorial y por tanto de los ESTADOS. En el momento actual LOS ESTADOS NACIONALES son:**
 - ➡ Demasiados Pequeños para CONTROLAR y DIRIGIR los FLUJOS GLOBALES de PODER, RIQUEZA Y TECNOLOGÍA del NUEVO SISTEMA.
 - ➡ Demasiados Grandes para REPRESENTAR LA PLURALIDAD DE INTERESES SOCIALES E IDENTIDADES CULTURALES DE LA SOCIEDAD De ahí la nueva importancia de LO LOCAL

CAMBIOS EN EL
CONTEXTO
GENERAL

☑ **LAS NUEVAS RELACIONES ENTRE ESPACIO Y SOCIEDAD
acaban generando “NUEVOS TERRITORIOS” Y NUEVAS
ECONOMÍAS**

“ANTES”



“AHORA”

LA COMPETITIVIDAD CLÁSICA
ESTABA ASENTADA SOBRE:

- ✓ EXISTENCIA DE RECURSOS NATURALES
- ✓ EXISTENCIA DE RECURSOS ENERGÉTICOS
- ✓ BASE INDUSTRIAL
- ✓ POSICIÓN GEOGRÁFICA
- ✓ ACUMULACIÓN CAPITAL
- ✓ VOLUNTAD PROTECCIONISTA DE LOS ESTADOS

LA COMPETITIVIDAD TERRITORIAL
TENDENCIAL SE ERIGE SOBRE:

- ✓ EFICIENTE FUNCIONAMIENTO SISTEMA URBANO-REGIONAL: MOVILIDAD Y SERVICIOS BÁSICOS
- ✓ INSERCIÓN EN LOS SISTEMAS DE COMUNICACIÓN GLOBAL
- ✓ CUALIFICACIÓN DE RR. HH
- ✓ APOYO PÚBLICO
- ✓ INSTITUCIONES PÚBLICAS REPRESENTATIVAS
- ✓ DEFINICIÓN DE PROYECTO DE CIUDAD
- ✓ COHESIÓN SOCIAL Y PARTICIPACIÓN CÍVICA

CAMBIOS EN EL
CONTEXTO
GENERAL

☑ EL TRABAJO DE **ACE**, SI QUIERE ASPIRAR MÍNIMAMENTE A ...

- ➡ SER EFECTIVO
- ➡ SENTAR BASES SÓLIDAS DE TRABAJO-DESARROLLO
- ➡ DELINEAR LÍNEAS MATRICES
- ➡ PREFIGURAR LOS PROGRAMAS
- ➡ CONTRIBUIR Y PROPICIAR EL CAMBIO DE LAS MENTALIDADES-
PERCEPCIONES PARA ESTE NUEVO ENTORNO

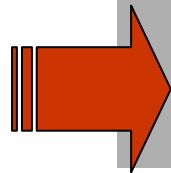
NO PUEDE SEGUIR COMPORTÁNDOSE COMO UN
DISPOSITIVO (AGENCIA, ASOCIACIÓN, ...) AL VIEJO
ESTILO



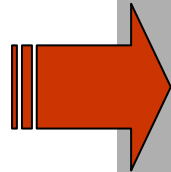
ENCARNAR UN NUEVA MODALIDAD
«PRE-INSTITUCIONAL»-«INSTITUCIONAL»
«POST-INSTITUCIONAL»
«ORGANISMO PROTÉICO»

CAMBIOS EN EL
CONTEXTO
GENERAL

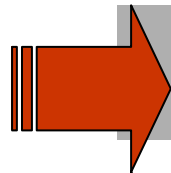
☑ **ACE**, en este nuevo entorno, TIENE QUE SERVIR DE ESTRUCTURA FLEXIBLE ARTICULADORA Y ARMONIZADORA DE LAS LÓGIAS “SUB” (Localistas) Y “SUPRA” (Regionalistas)



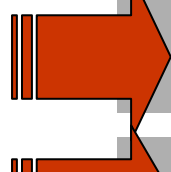
✓ FAVORECER EL ACOMPLAMIENTO DE SAN ANDRÉS Y SAUCES A LAS LÓGICAS DE FUNCIONAMIENTO INSULARES-REGIONALES ...



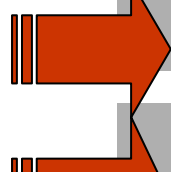
✓ FAVORECER LA EFICAZ Y ESTRATÉGICA INSERCIÓN DE SAN ANDRÉS Y SAUCES EN LOS SISTEMAS DE COMUNICACIÓN-ECONOMÍA MÁS GLOBALES



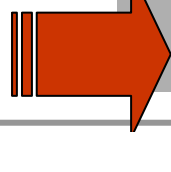
✓ FAVORECER EL DESARROLLO DE ESTRATEGIAS VINCULADAS A LOS RR. HUMANOS



✓ FAVORECER LAS PERCEPCIONES Y EL APOYO DE INSTITUCIONES PÚBLICAS

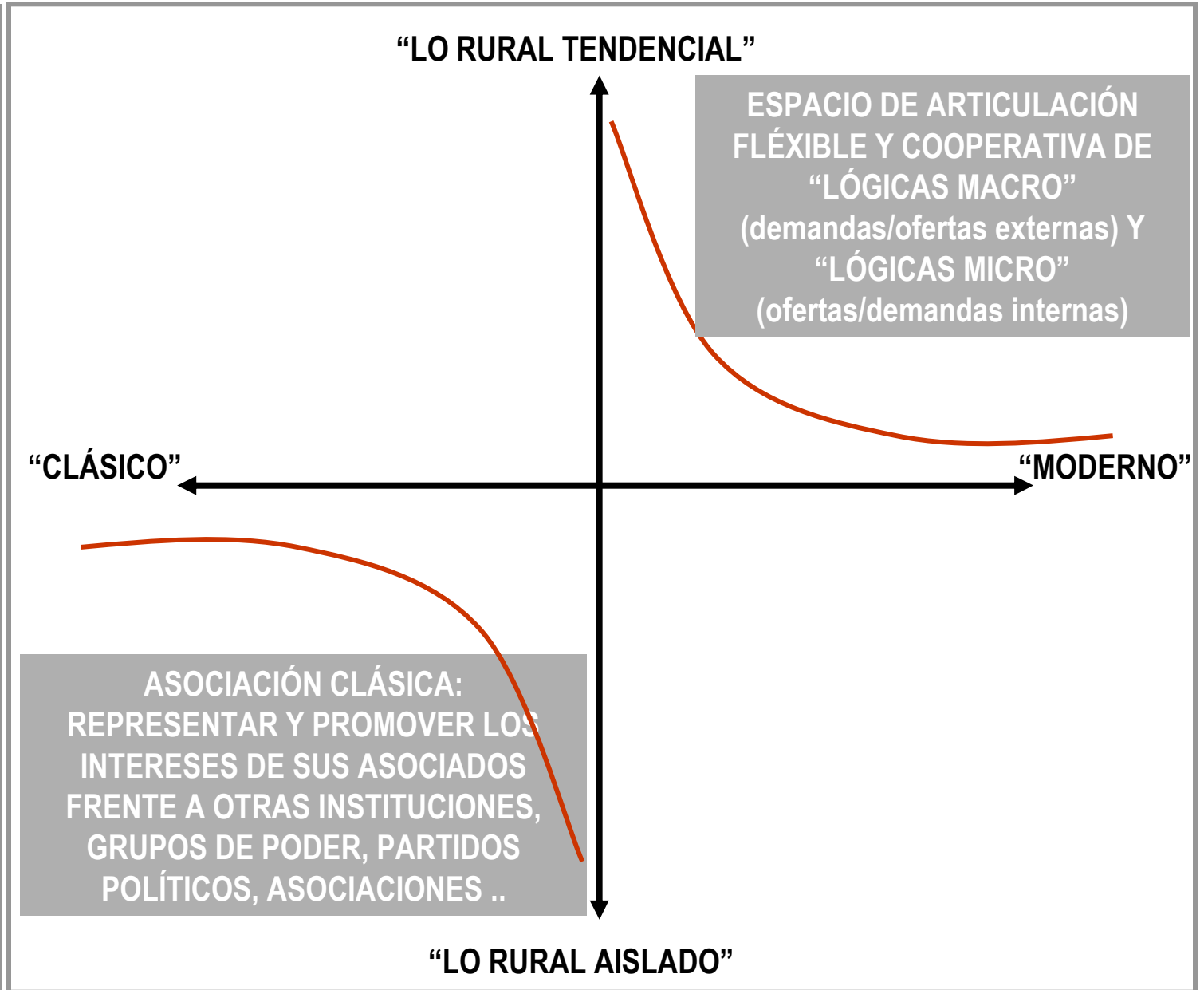


✓ FAVORECER Y COLABORAR EN EL PROYECTO DE CIUDAD

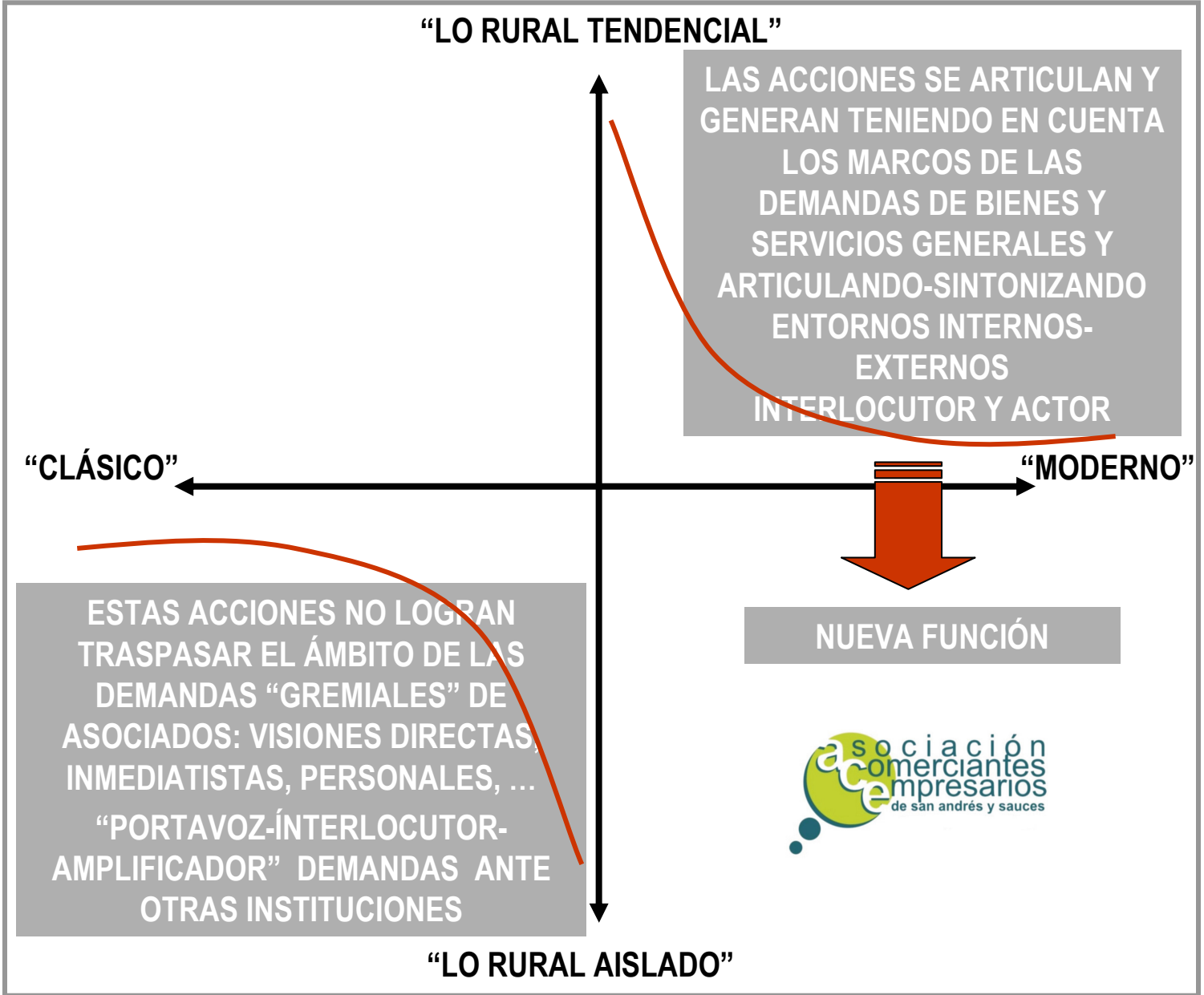


✓ FAVORECER Y PROPICIAR DE COHESIÓN SOCIAL Y PARTICIPACIÓN CÍVICA-CIUDADANA

CAMBIOS EN EL
CONTEXTO
GENERAL



CAMBIOS EN EL
CONTEXTO
GENERAL



CAMBIOS EN EL
CONTEXTO
GENERAL

- ☑ **EI TERRITORIO, por tanto, tiende a ORGANIZARSE como ESPACIO INTERCONECTADO en RED, con sus puntos fuertes en los NÚCLEOS URBANOS y alejándose de la tradicional JERARQUIZACIÓN ESPACIAL URBANA**

➡ De relaciones de dominio, a una **CRECIENTE ...**

INTERDEPENDENCIA

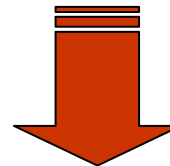
COMPLEMENTARIEDAD

- ☑ **Nacimiento de un nuevo BINOMIO SOCIAL Y ECONÓMICO y de una reconfiguración de las clásicas y hasta ahora excluyentes**

COMPETENCIA

COOPERACIÓN

- ☑ **La COOPERACIÓN, necesaria para insertarse en un sistema internacional, tiene como objetivo último la mejora de la COMPETITIVIDAD**



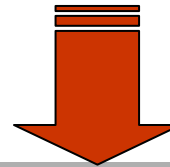
SE “COOPERA” PARA PODER COMPETIR MEJOR

CAMBIOS EN EL
CONTEXTO
GENERAL

- ☑ Esto implica un juego de equilibrios **NUEVO**:
 - ➡ La **COOPERACIÓN** se da cuando las ganancias en **COMPETITIVIDAD** son superiores a las posibles pérdidas en ventajas comparativas existentes

y

- ➡ Cuando se produce un **CAMBIO DE ESCALA** de actuación que hace que la cooperación se convierta en el instrumento para consolidarse a ese nivel
- ☑ Todo ello hay que leerlo además en clave de **CANARIAS**



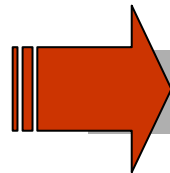
- ✓ PASOS HACIA UN TERRITORIO ÚNICO-CONTINUO
- ✓ MEJORA DE LAS COMUNICACIONES
- ✓ NUEVO CONTEXTO TERRITORIAL
- ✓ NUEVO CONTEXTO DE MERCADO ÚNICO
- ✓ ...

SAN ANDRÉS Y
SAUCES: HISTORIA,
ESTRUCTURA
SOCIAL Y
ESTRUCTURA
COMERCIAL

SAN ANDRÉS Y SAUCES: HISTORIA, ESTRUCTURA SOCIAL Y ESTRUCTURA COMERCIAL

SAN ANDRÉS Y
SAUCES: HISTORIA,
ESTRUCTURA
SOCIAL Y
ESTRUCTURA
COMERCIAL

- ☑ Los **ANÁLISIS MÁS TRADICIONALES** toman como punto de partida de sus **DIAGNÓSTICOS Y CONCLUSIONES** la **DIVISIÓN**, al uso, **GEOESPACIAL** y en ella **SUBSUMEN LA DIMESIÓN SOCIOECONÓMICA**



CONCEPTO TERRITORIAL ANTIGUO ...


- ➔ El desarrollo económico **PASADO** (histórico), **ACTUAL** (presente) y **POTENCIAL** (futuro), estarían explicados desde lo **TERRITORIAL**
- ☑ **3 COMARCAS**
 - ➔ **COMARCA ORIENTAL** con su centro en la Capital Insular, Santa Cruz de La Palma, Puntallana, Breña Baja, Breña Alta y Mazo
 - ➔ **COMARCA OCCIDENTAL** con su centro en **LOS LLANOS DE ARIDANE**, incluyendo Fuencaliente, El Paso, Tzacorte y Tijarafe
 - ➔ **COMARCA NORTE**, tradicionalmente un doble centro: Garafía (comarca oriental), San Andrés y Sauces (defensa de su condición histórica de tercer núcleo insular) y Barlovento
- ☑ **ANÁLISIS Y PROYECCIONES** realizadas sobre una **BASE TERRITORIAL** que no se adecua al **ENTORNO ACTUAL Y AL CONTEXTO DE COMPETITIVIDAD CONCRETO**

SAN ANDRÉS Y
SAUCES: HISTORIA,
ESTRUCTURA
SOCIAL Y
ESTRUCTURA
COMERCIAL

- ☑ Implícitamente tendería a REPRODUCIR la ESTRUCTURA TRADICIONAL Y CLÁSICA vinculada al TERRITORIO y por tanto a ENCONTRAR LOS MISMOS LÍMITES ESTRUCTURALES
- ☑ Desde el punto de vista MOTIVACIONAL, REFORZARÍA las ...
ACTITUDES “DESMOVILIZADORAS, FATALISTAS , REPLEGATIVAS” ...
- ☑ De estos ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICOS sólo pueden salir las CLÁSICAS RECOMENDACIONES INSTRUMENTALES
- ☑ Habría, por tanto, Dos MODELOS



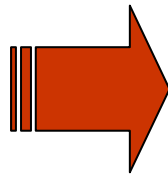
TOMAR LO
“TERRITORIAL”
COMO REFERENCIA
ÚNICA



GESTIONAR LO
“TERRITORIAL”
COMO PUNTO DE
ENCUENTRO

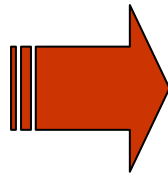
SAN ANDRÉS Y
SAUCÉS: HISTORIA,
ESTRUCTURA
SOCIAL Y
ESTRUCTURA
COMERCIAL

- ☑ **TOMAR LO “TERRITORIAL” como referencia explicativa, comprensiva y marco para el desarrollo ACTUACIONES, nos conduce directamente al problema, también, TRADICIONAL de la**



ACCESIBILIDAD

- ☑ **... o lo que es lo mismo, “LA CERCANÍA” Y “LA DISTANCIA” del “CENTRO”, de la “CAPITAL” ...**
 - ➔ **Y consecuentemente, se tienden a ofrecer respuestas en ese MARCO PERCEPTIVO Y DE INTERROGACIÓN**

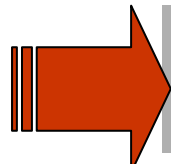


INFRAESTRUCTURAS, CARRETERAS, PUENTES ...

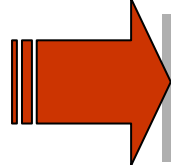
- ☑ **Actuaciones que RESOLVIENDO EL PROBLEMA FÍSICO-OBJETIVO DE LA ACCESIBILIDAD (“distancia-lejanía”) DEBERÍAN RESOLVER EL PROBLEMA DE LA MOTIVACIÓN VIAJERA**

SAN ANDRÉS Y
SAUCES: HISTORIA,
ESTRUCTURA
SOCIAL Y
ESTRUCTURA
COMERCIAL

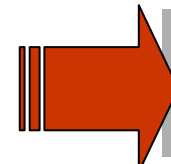
PARADIGMA OBJETIVISTA



LOS DIAGNÓSTICOS LOS REALIZAN EXPERTOS Y
LOS IMPLEMENTAN ...



LOS PROBLEMAS SON FÍSICOS, CONSTATABLES,
OBJETIVABLES ...



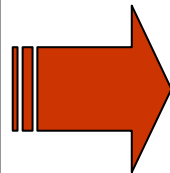
LAS SOLUCIONES-RESPUESTAS SON OBJETIVAS:
INFRAESTRUCTURAS ...



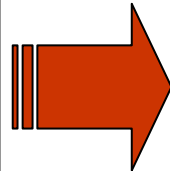
¿Y CUÁNDO EL PROBLEMA SIGUE PERSISTIENDO?

SAN ANDRÉS Y
SAUCOS: HISTORIA,
ESTRUCTURA
SOCIAL Y
ESTRUCTURA
COMERCIAL

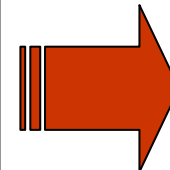
PARADIGMA REALIDAD SIMBÓLICA



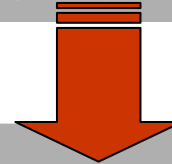
LOS DIAGNÓSTICOS TIENEN QUE SER PARTICIPATIVOS PARA GENERAR IDENTIFICACIÓN



LOS PROBLEMAS TIENEN QUE VER CON LOS MARCOS EN QUE SE PLANTEAN Y CON LAS SOLUCIONES QUE SOMOS CAPACES DE AUTODOTARNOS

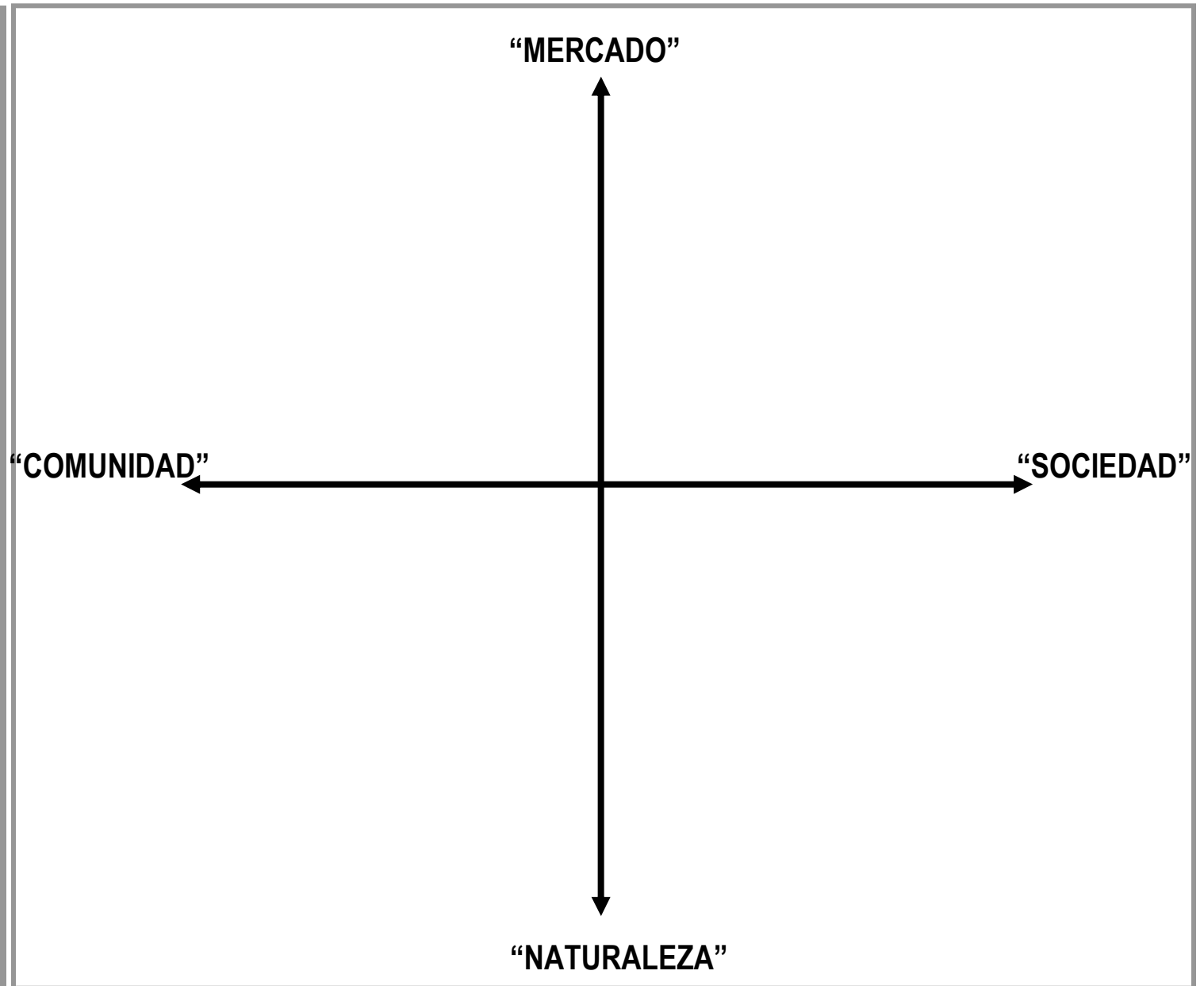


LAS SOLUCIONES-RESPUESTAS TIENEN UNA PARTE CENTRAL DE CAMBIO DE MENTALIDADES, DE IMAGINARIO COLECTIVO, Y A VECES SIGNIFICAN LA CREACIÓN DE INFRAESTRUCTURAS, EQUIPAMIENTOS ...

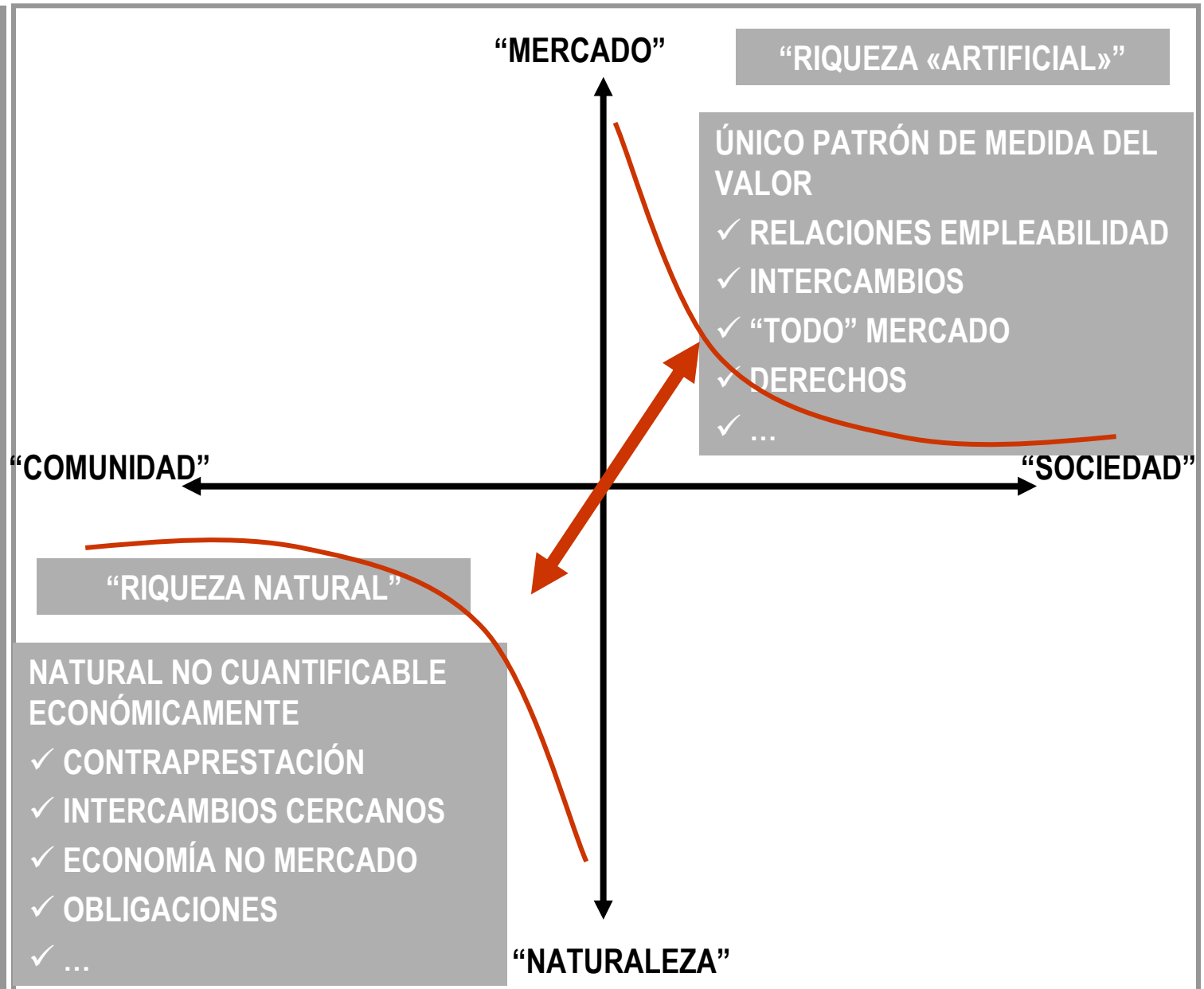


**“SIN PREGUNTA
NADIE PUEDE OFRECER UNA RESPUESTA A
UNA PREGUNTA QUE NO CONOCEMOS”**

SAN ANDRÉS Y
SAUCES: HISTORIA,
ESTRUCTURA
SOCIAL Y
ESTRUCTURA
COMERCIAL



SAN ANDRÉS Y
 SAUCES: HISTORIA,
 ESTRUCTURA
 SOCIAL Y
 ESTRUCTURA
 COMERCIAL



SAN ANDRÉS Y
SAUCES: HISTORIA,
ESTRUCTURA
SOCIAL Y
ESTRUCTURA
COMERCIAL

☑ Como se puede observar, la **CONDENSACIÓN ELEGIDA** como eslogan del municipio trata de **RECOGER Y PROYECTAR LO MÁS “GENUINO DE LA IDENTIDAD” DE SAN ANDRÉS Y SAUCES**

☑ **“RIQUEZA NATURAL” ES UNA IMAGEN DE MARCA, DE SAN ANDRÉS Y SAUCES, que remite a atributos ciertamente NATURALES**

“RIQUEZA
NATURAL”

“CLIMA”

“PAISAJE”

“TIERRA”

“AGUA”

“ETC ...”

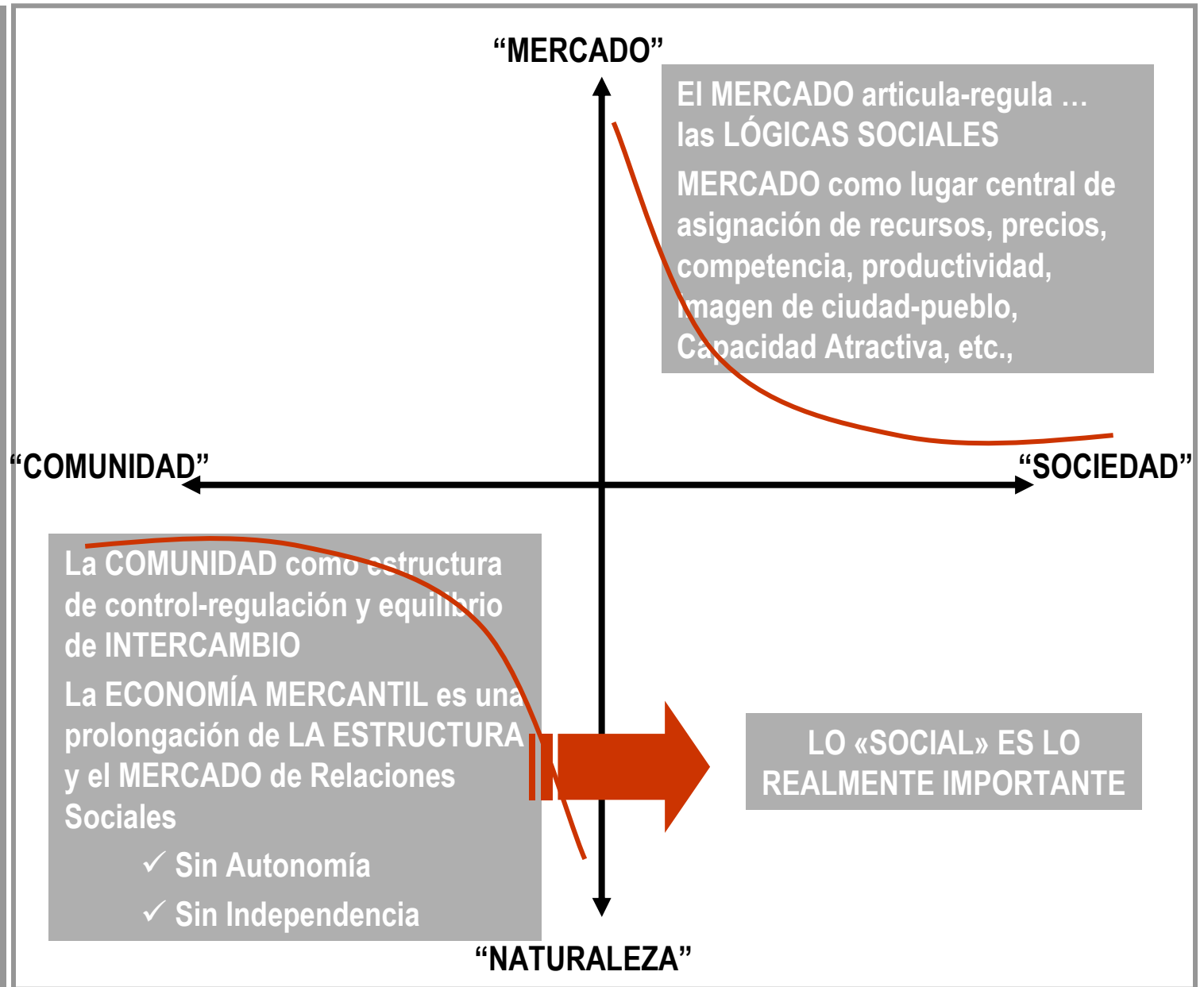
SAN ANDRÉS Y
SAUCES: HISTORIA,
ESTRUCTURA
SOCIAL Y
ESTRUCTURA
COMERCIAL

- ☑ **La propia condensación del slogan de San Andrés y Sauces “RIQUEZA NATURAL” vendría a reforzar las dimensiones de cierre ...**
 - ➡ **Determinación FÍSICA (Interfluviales de Barlovento y Puntallana)**
 - ➡ **Determinación ONTOLÓGICA (El “final” de su “ser”; la “causa de su devenir”)**

- ☑ **La determinación FÍSICA Y ONTOLÓGICA de una vez por todas, NO PUEDE CONVERTIRSE en el LEIV MOTIV de articulación de propuestas de trabajo:**

**EL PROYECTO TIENE QUE SER LA
AUTODETERMINACIÓN CONSCIENTE, REFLEXIVA Y
MONITOREADA**

SAN ANDRÉS Y SAUCES: HISTORIA, ESTRUCTURA SOCIAL Y ESTRUCTURA COMERCIAL



SAN ANDRÉS Y
SAUCES: HISTORIA,
ESTRUCTURA
SOCIAL Y
ESTRUCTURA
COMERCIAL

☑ **Ejemplos cotidianos:**

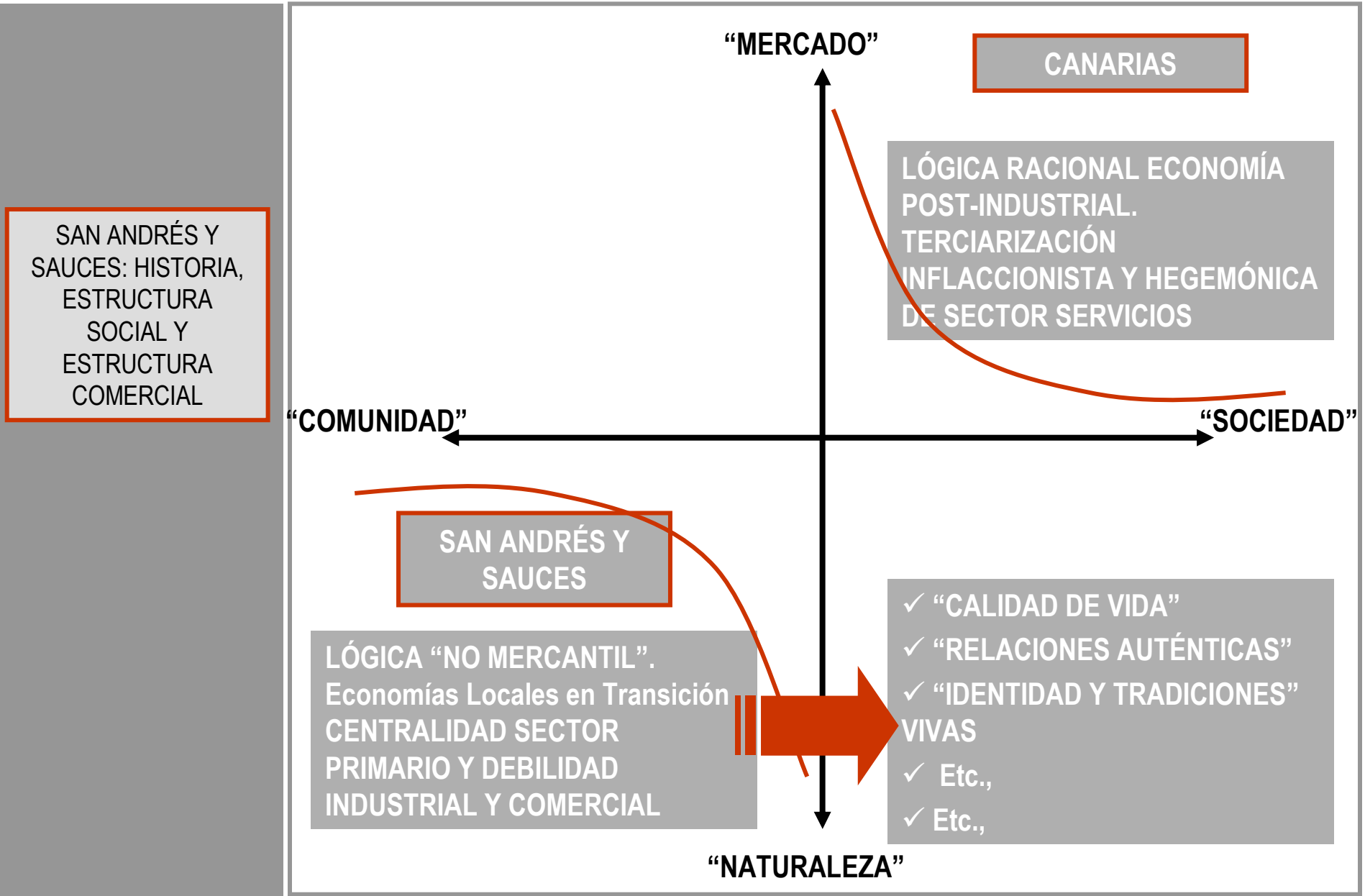
«- ¿A quién le compro la lavadora? Se la compro a “X” ¿A quién se la compro si no, a quién voy cuando se me rompa?». Ama de casa anónima en San Andrés y Sauces.

«- Tengo que cambiar las gomas del coche.
- Fulano las tiene de las buenas y económicas
- Ya, pero yo cambio el aceite en Zutano». Varón, CM-M. San Andrés y Sauces.

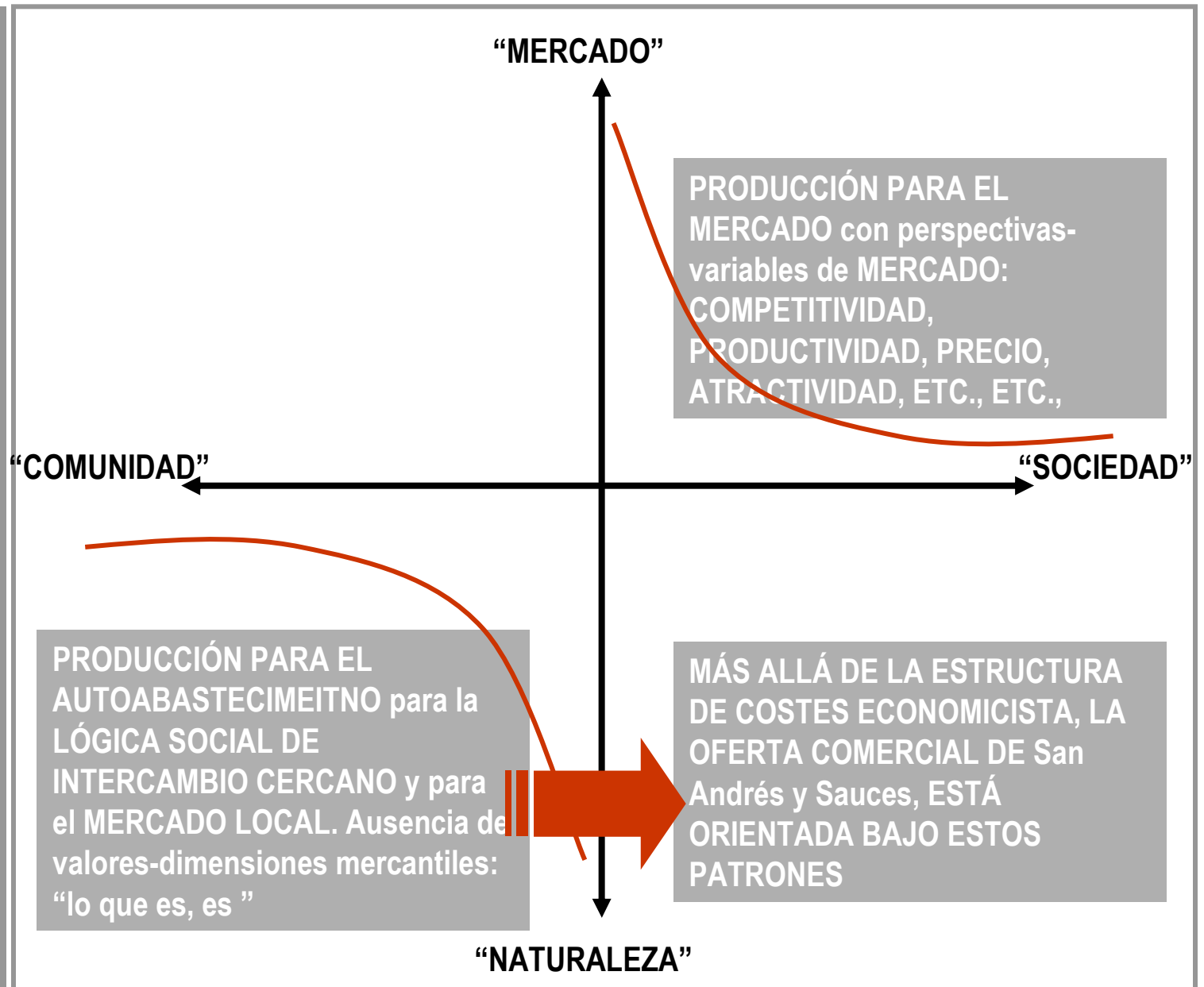


Las REDES-ESTRUCTURAS CERCANAS son una extensión de las relaciones FAMILIARES : solidarias de ayuda mutua: “DEBERES Y OBLIGACIONES” ...

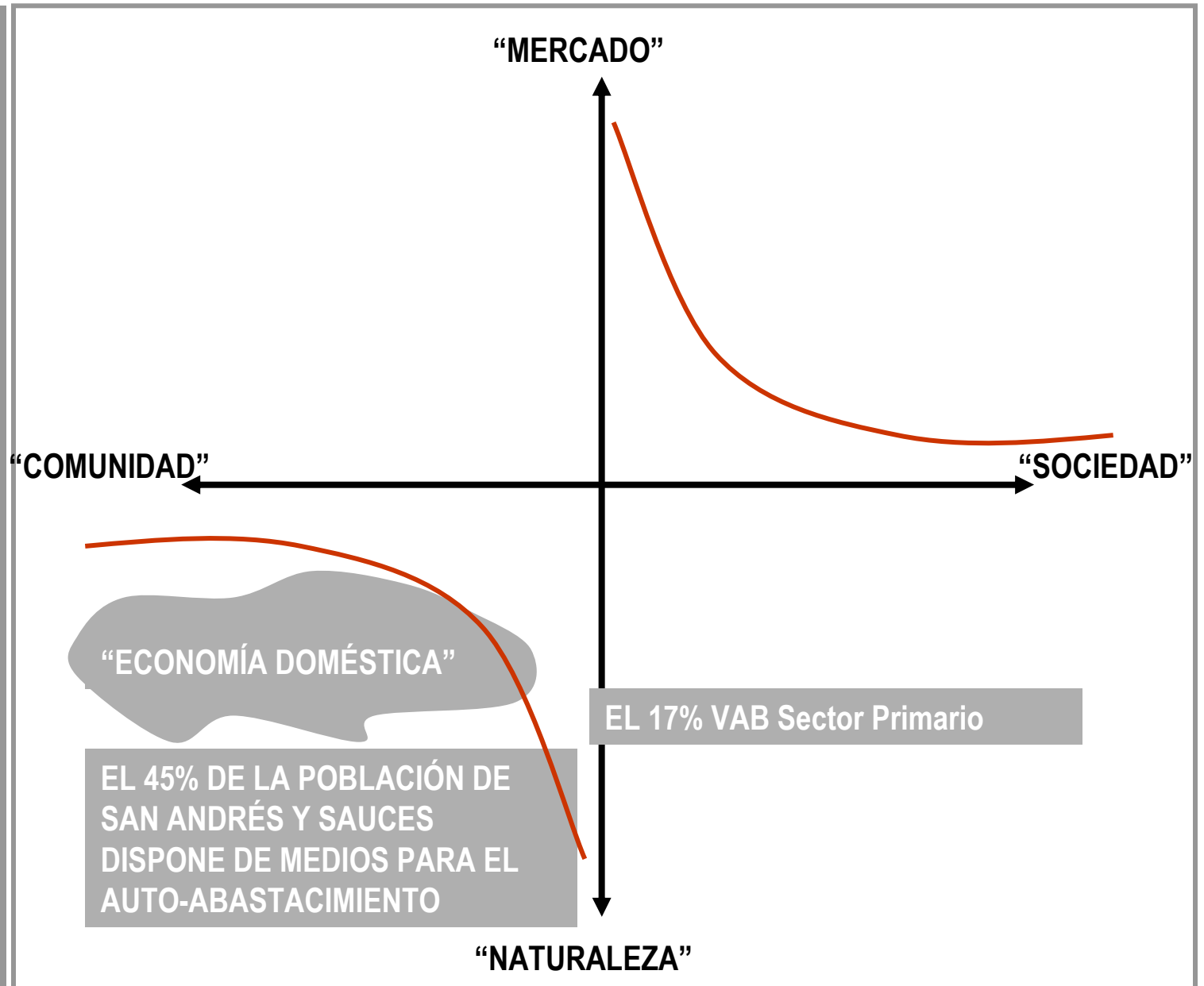
“Estrangulamiento”
MERCADO a través de
los VÍNCULOS DE LA
ESTRUCTURA SOCIAL



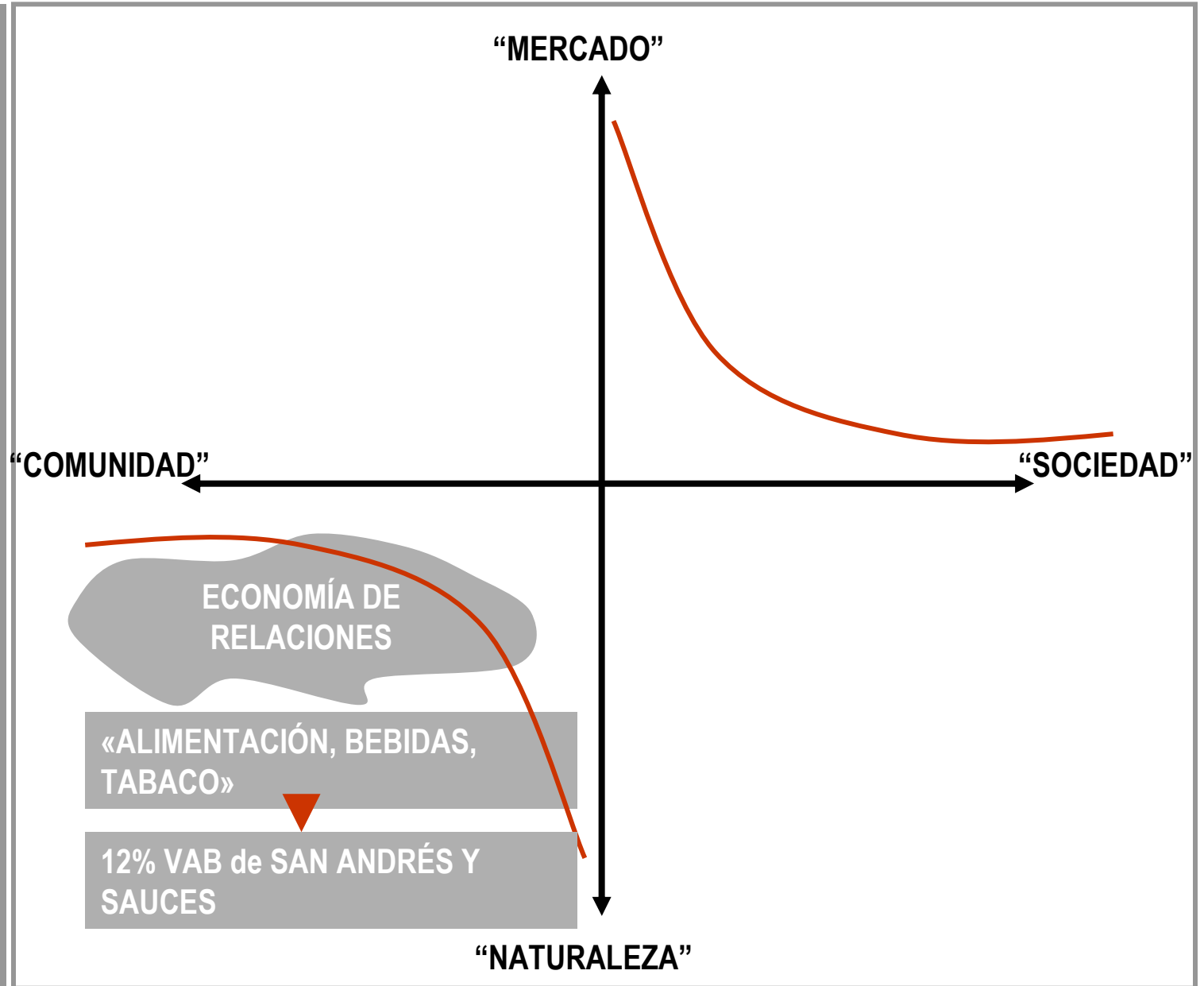
SAN ANDRÉS Y SAUCES: HISTORIA, ESTRUCTURA SOCIAL Y ESTRUCTURA COMERCIAL



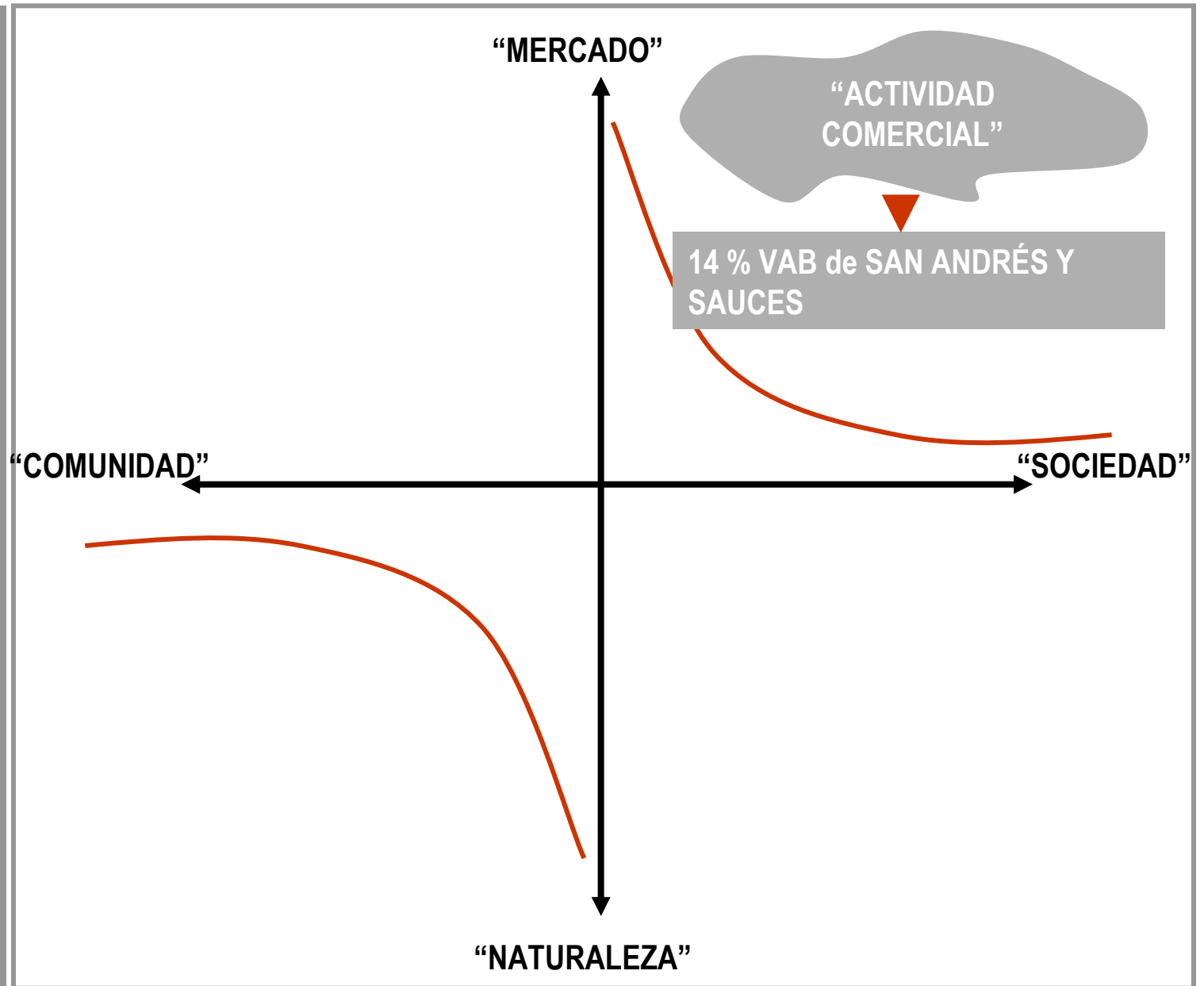
SAN ANDRÉS Y SAUCES: HISTORIA, ESTRUCTURA SOCIAL Y ESTRUCTURA COMERCIAL



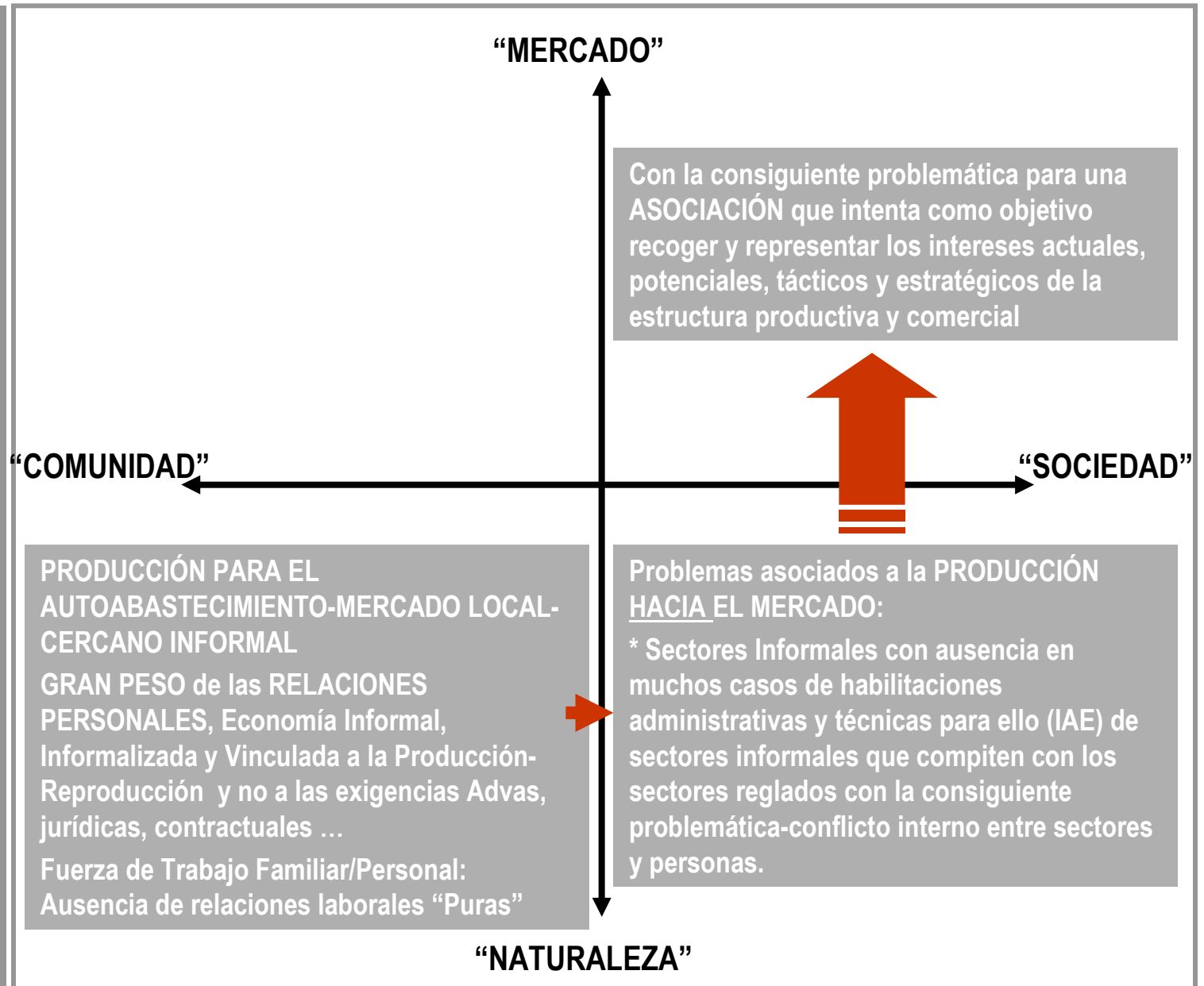
SAN ANDRÉS Y SAUCES: HISTORIA, ESTRUCTURA SOCIAL Y ESTRUCTURA COMERCIAL



SAN ANDRÉS Y
SAUCES: HISTORIA,
ESTRUCTURA
SOCIAL Y
ESTRUCTURA
COMERCIAL



SAN ANDRÉS Y
 SAUCES: HISTORIA,
 ESTRUCTURA
 SOCIAL Y
 ESTRUCTURA
 COMERCIAL



SAN ANDRÉS Y
SAUCÉS: HISTORIA,
ESTRUCTURA
SOCIAL Y
ESTRUCTURA
COMERCIAL

Esta CENTRALIDAD ...

- ➔ **HISTÓRICA**
- ➔ **Y ACTUAL**

... ARRAIGADA EN LOS USOS, ACTITUDES Y MOTIVACIONES, crea un SISTEMA DE MENTALIDADES ESPECÍFICAS Y PRE-FIGURADORAS DEL COMPORTAMIENTO

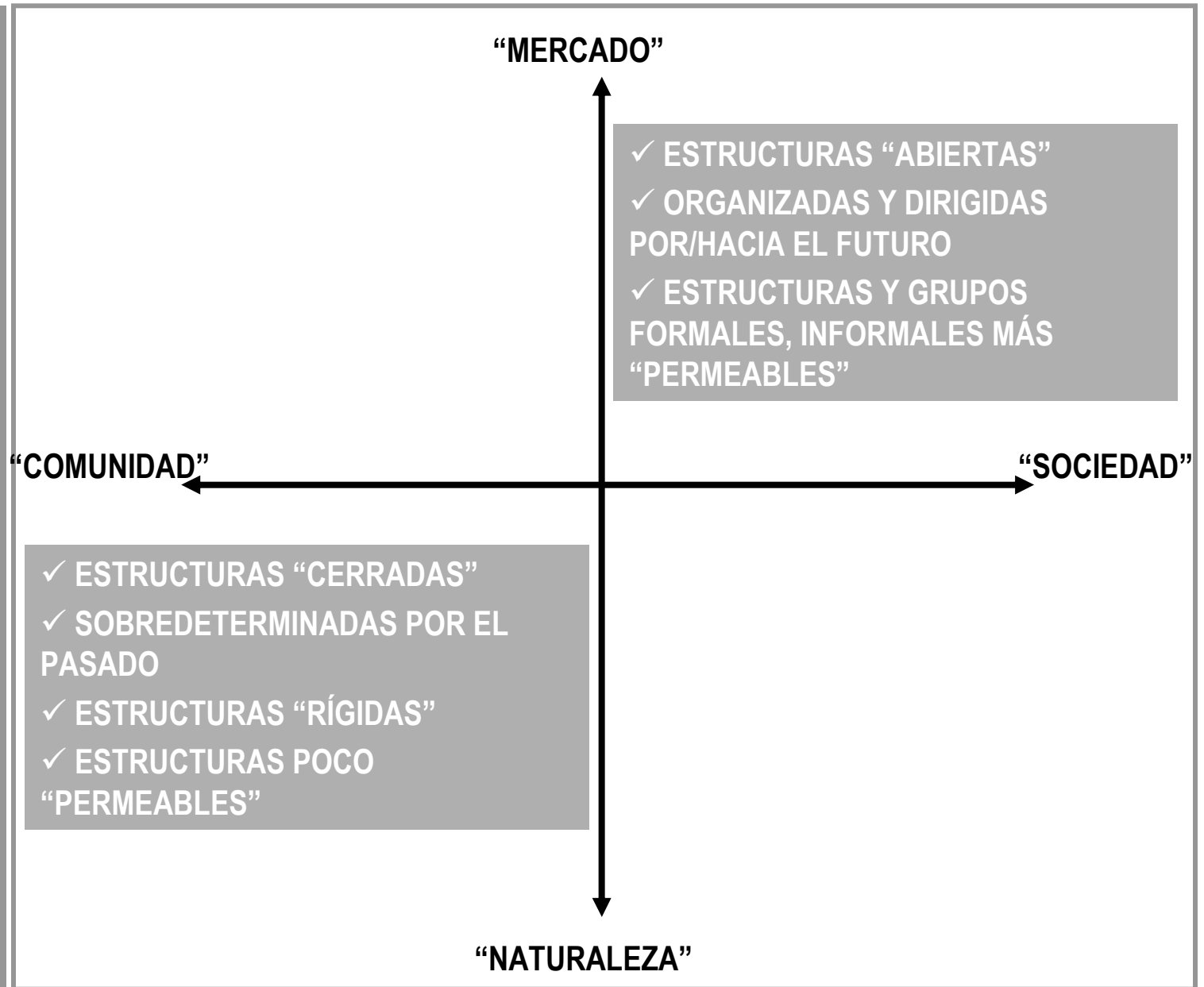
GEOGRAFÍA HUMANA ESPECÍFICA Y PARTICULAR “ÚNICA”

- ✓ Mentalidad
- ✓ Afectividad
- ✓ Contacto con la naturaleza
- ✓ Relaciones-Socialización Primaria
- ✓ Conocimiento de primera mano de personas “con nombre y apellidos”
- ✓ Etc., etc.,

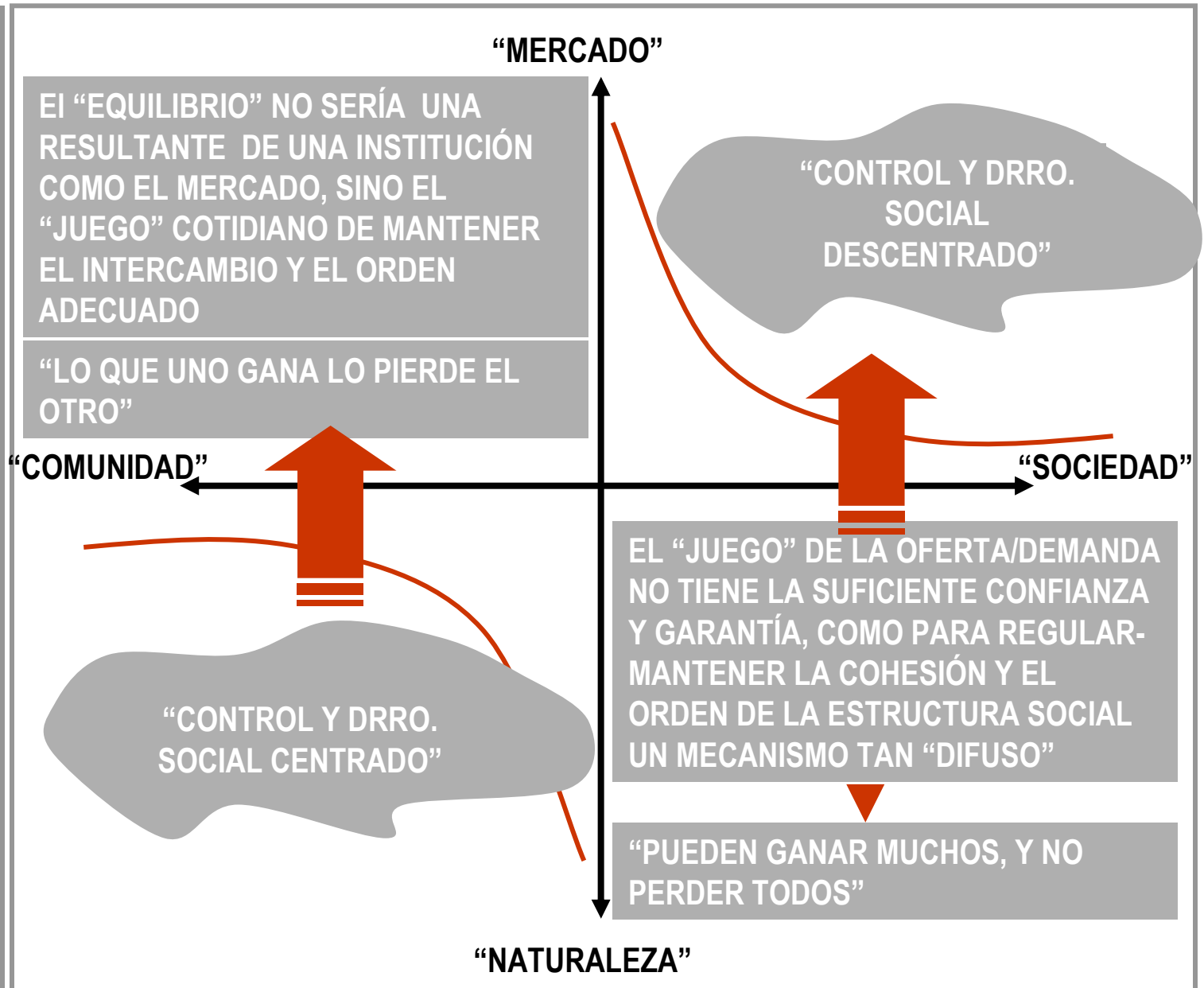
SAN ANDRÉS Y
SAUCES: HISTORIA,
ESTRUCTURA
SOCIAL Y
ESTRUCTURA
COMERCIAL

- GEOGRAFÍA HUMANA** que, visto desde otra perspectiva **OPERATIVA**, puede **CONVERTIRSE Y CONTENER ELEMENTOS QUE ESTÉN INVOLUCRADOS EN LA CAPACIDAD SIMBÓLICA DE ATRACCIÓN QUE TIENE EL MUNICIPIO EN SU CONJUNTO: OFERTA COMERCIAL Y OFERTA DE CIUDAD**

SAN ANDRÉS Y
SAUCES: HISTORIA,
ESTRUCTURA
SOCIAL Y
ESTRUCTURA
COMERCIAL

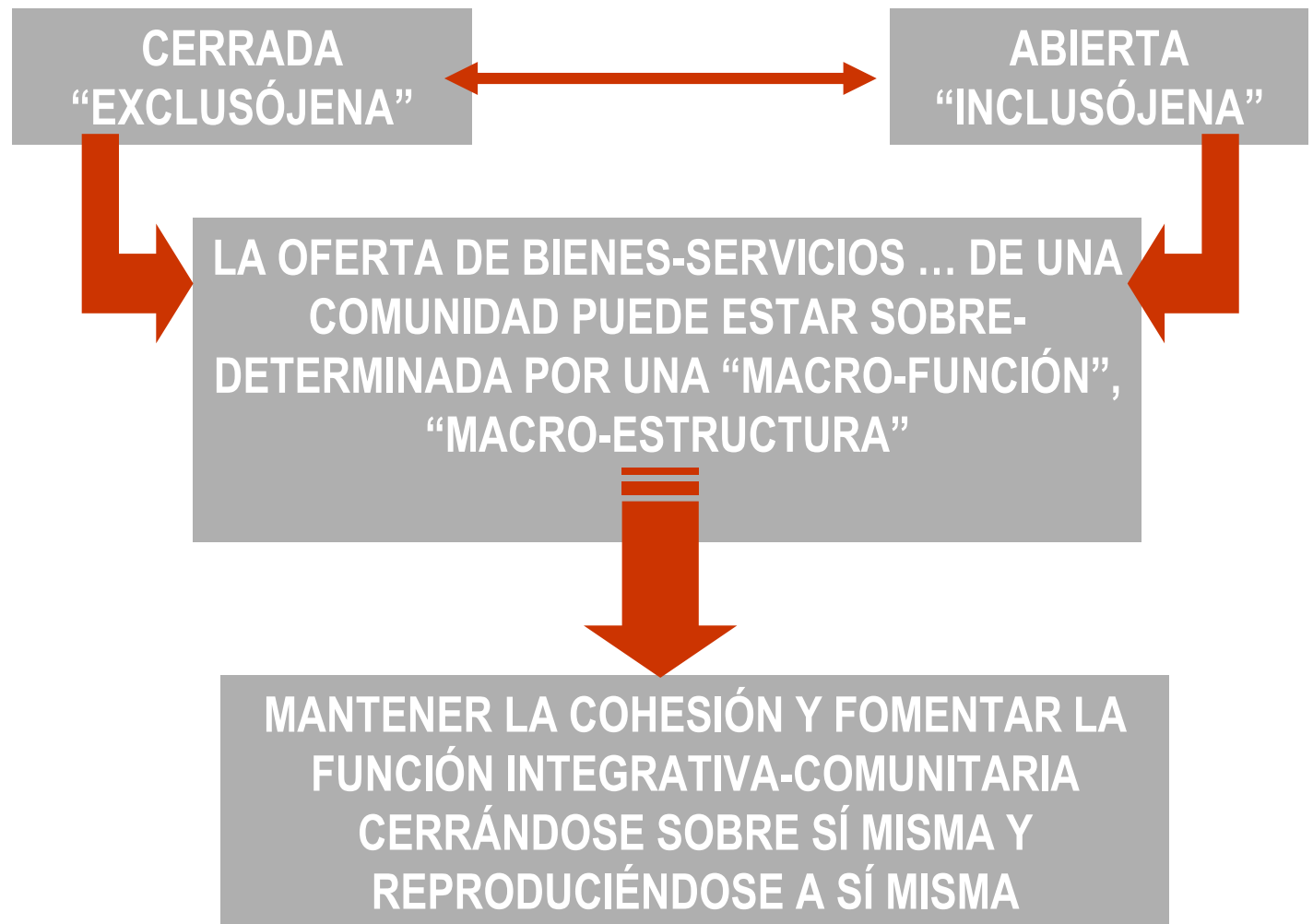


SAN ANDRÉS Y SAUCES: HISTORIA, ESTRUCTURA SOCIAL Y ESTRUCTURA COMERCIAL



SAN ANDRÉS Y
SAUCES: HISTORIA,
ESTRUCTURA
SOCIAL Y
ESTRUCTURA
COMERCIAL

- ☑ Como resultado de esta ESTRUCTURA que venimos viendo, RESULTA UNA DUALIDAD



SAN ANDRÉS Y
SAUCES: HISTORIA,
ESTRUCTURA
SOCIAL Y
ESTRUCTURA
COMERCIAL

- ☑ Esta situación se traduce, como cabía esperar, en una FORTALEZA de todo lo relacionado con el ESPACIO DE LA ESTRUCTURA SOCIAL configurado por las dimensiones

➡ NATURALEZA-COMUNIDAD

LÓGICA “DOMÉSTICA Y RELACIONAL” REGIDA POR LA EL PRINCIPIO DE INTERCAMBIO NO MERCANTÍL

EL 45% DE LA POBLACIÓN DE
SAN ANDRÉS Y SAUCES
DISPONE DE MEDIOS PARA EL
AUTO-ABASTACIMIENTO

EL 17% VAB Sector Primario

«ALIMENTACIÓN, BEBIDAS,
TABACO»

SAN ANDRÉS Y
SAUCES: HISTORIA,
ESTRUCTURA
SOCIAL Y
ESTRUCTURA
COMERCIAL

- ☑ **Espacio atravesado por la “NATURALEZA-SOCIEDAD” que se convierte en lugar fundamental de construcción del “MODO DE SER” de las comunidades agrarias: LA MENTALIDAD**



Esta MENTALIDAD inflacciona de tal manera LA VISIÓN COMUNITARIA y NATURAL de la sociedad que es capaz de debilitar hasta el extremo cualquier DIMENSIÓN ASOCIATIVA Y CONVERTIR TODO VALOR EN EL VALOR DEL TRABAJO PARA LA AUTOREPRODUCCIÓN, ENFRENTANDO SU VISIÓN CON EL EXTERIOR COMO SI FUESEN DOS MUNDOS SEPARADOS

SAN ANDRÉS Y
SAUCES: HISTORIA,
ESTRUCTURA
SOCIAL Y
ESTRUCTURA
COMERCIAL

☑ 2 MODALIDADES DE ORIENTACIÓN-MOTIVACIÓN

- ✓ “HISTORIA-PASADO-
PRESENTE”
- ✓ CONDICIONES ACTUALES
- ✓ LIMITACIONES DEL PASADO
- ✓ FRENOS/MOTIVACIONES



FUTURO

- ✓ PROYECTO,
AUTODETERMINACIÓN,
FUTURO, OBJETIVOS

“SAN ANDRÉS Y
SAUCES 2020”



“PASADO, IDENTIDAD,
COMUNIDAD, CIERRE”

SAN ANDRÉS Y
SAUCÉS: HISTORIA,
ESTRUCTURA
SOCIAL Y
ESTRUCTURA
COMERCIAL

- ☑ **EL PROPIO PROYECTO SE SITÚA COMO ORIGEN, COMO PRESENTE/FUTURO (cambiar-transformar el PASADO): SUS CONDICIONES DE POSIBILIDAD PASAN POR LA PROPIA SUSCRIPCIÓN DE COMPARTIR LOS OBJETIVOS:**
 - ➡ **SE TRATA DE UN PROYECTO ASUMIBLE**
 - ➡ **COLECTIVO**
 - ➡ **POSIBLE-REALISTA**
 - ➡ **DE INTERÉS COMUNITARIO**
 - ➡ **DE PROTAGONISMO COMPARTIDO**
 - ➡ **CAPAZ DE VISIBILIZAR SUS RESULTADOS**
 - ➡ **ILUSIONANTE**
 - ➡ **Etc., ...**

CÓMO ROMPER-
ALTERAR-INCIDIR EN
ESTE LÓGICA
SOCIAL

CÓMO ROMPER-ALTERAR-INCIDIR EN ESTA LÓGICA SOCIAL

CÓMO ROMPER-
ALTERAR-INCIDIR EN
ESTE LÓGICA
SOCIAL

QUIENES DEMANDAN PRODUCTOS-BIENES-SERVICIOS, VALORAN LA DIMENSIÓN DE SATISFACER NECESIDADES OBJETIVAS Y GARANTIZAR LA REPRODUCCIÓN DE LA ESTRUCTURA SOCIAL

QUIENES OFERTAN PRODUCTOS, BIENES-SERVICIOS, SE ENCUENTRAN “CAUTIVOS” POR LA ESTRUCTURA DE LA DEMANDA. REPRODUCEN CON SU OFERTA LA DEMANDA Y NO PERMITEN LA CREACIÓN DE UNA OFERTA COMERCIAL “PURA Y DURA”

- ☑ **Son los públicos internos los que mantienen, en lo fundamental, esta estructura de reproducción “localista”**
 - ➡ **La apertura, incorporación de “NUEVA ENERGÍA” EN EL SISTEMA, a otros públicos menos *localistas* y más externos (con otras mentalidades) PRODUCIRÍA DEMANDAS DIFERENCIADAS**

CÓMO ROMPER-
ALTERAR-INCIDIR EN
ESTE LÓGICA
SOCIAL

“RIQUEZA NATURAL”

REPRODUCCIÓN DE
ESTRUCTURA SOCIAL
COMO GARANTÍA DE
LA NATURALEZA

AUTO-
ABASTECIMIENTO

ELABORACIÓN PROPIA

ARTESESANÍA

Valores de la
Comunidades agrarias:
respeto,
independencia,
autonomía, valor de sí
mismo ...

“RIQUEZA ARTIFICIAL”

PRODUCCIÓN DE
BIENES Y SERVICIOS
INTERCAMBIABLES
POR DINERO

PARA INTERCAMBIAR
EN EL MERCADO

ELABORACIÓN
SECUNDARIA

INDUSTRIA

Valores del mercado:
mercancías,
equivalencias, mejor
precio, valor del
mercado,
competitividad ...

CÓMO ROMPER-
ALTERAR-INCIDIR EN
ESTE LÓGICA
SOCIAL

- La INCORPORACIÓN DE NUEVA ENERGÍA AL SISTEMA DEPENDE DE LA CAPACIDAD “ATRACTIVA-RELUCTANTE” (POSITIVA-NEGATIVA) DE SAN ANDRÉS Y SAUCES

“CERCANÍA FÍSICA”

“MEJORA
INFRAESTRUCTURAS
VIARIAS”

“ATRACTIVO NATURAL”

“RIQUEZA
NATURAL”

¿QUÉ FALTA, QUÉ SOBRA?

“CERCANÍA SIMBÓLICA A
TRAVÉS DE LA
CAPITALIZACIÓN DE
CERCANÍA FÍSICA”

“ATRACTIVO SIMBÓLICO A
TRAVÉS DE LA
CAPITALIZACIÓN DE LA
“RIQUEZA NATURAL”

EL PATRIMONIO DE LA IDENTIDAD HAY
QUE CONSTRUIRLO: “No florece”

- ☑ **SERÍA POR TANTO NECESARIO EL DESARROLLO DE ESTRATEGIAS QUE REFORZARAN LA CERCANÍA Y EL ATRACTIVO DE SAN ANDRÉS Y SAUCES COMO ELEMENTO ESTABILIZADOR Y DE CRECIMIENTO DE SU OFERTA COMERCIAL**

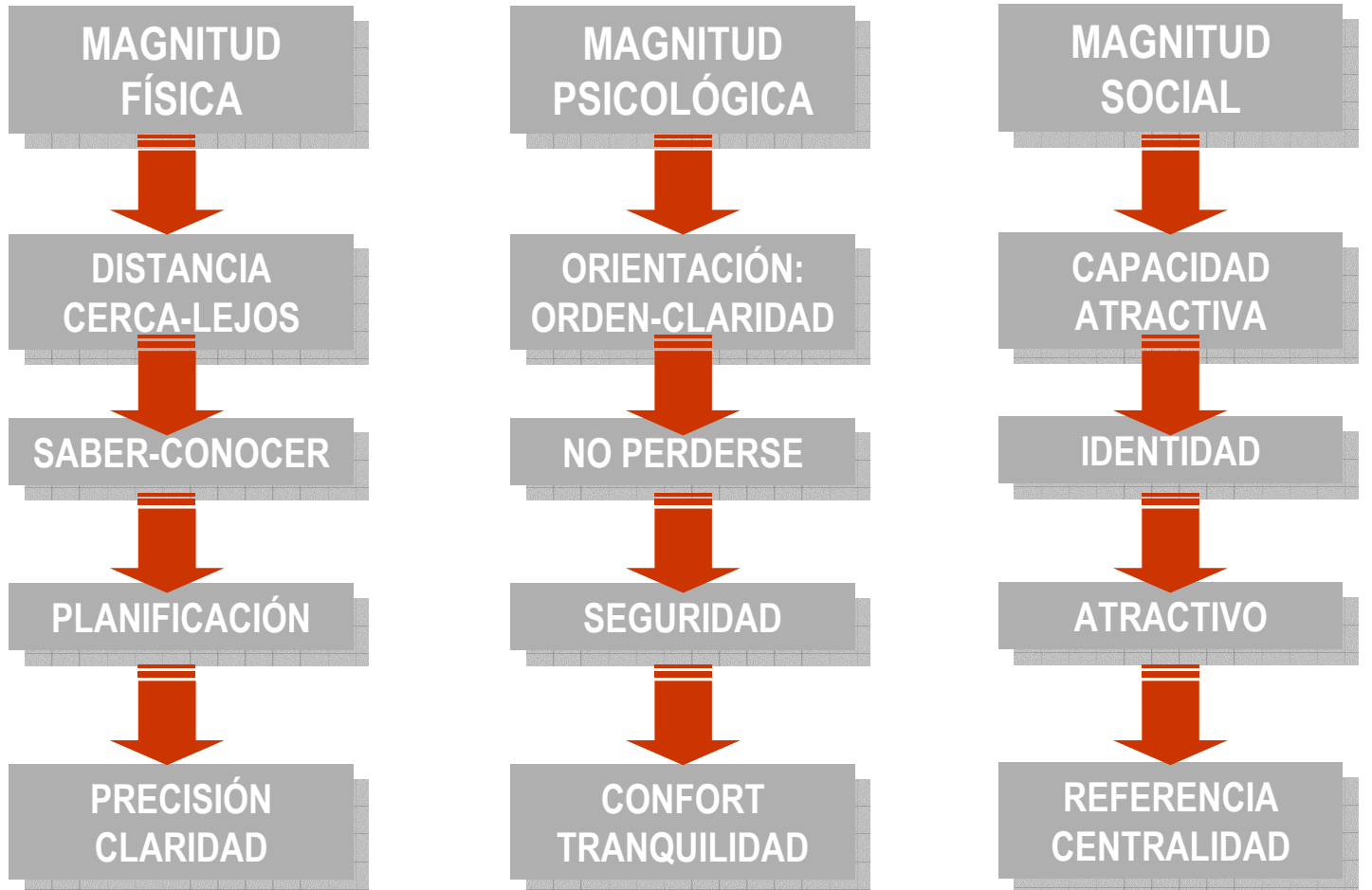
**ALTERAR-CAMBIAR LAS ACTUALES
CONDICIONES DE PRODUCCIÓN DE LA
PERCEPCIÓN “CERCA-LEJOS”**



**ESTA PERCEPCIÓN ES LA QUE
ESTIMULA O INHIBE LAS
CONDUCTAS VIAJERAS**

**CÓMO ROMPER-
ALTERAR-INCIDIR EN
ESTE LÓGICA
SOCIAL**

CÓMO ROMPER-
ALTERAR-INCIDIR EN
ESTE LÓGICA
SOCIAL



CÓMO ROMPER-
ALTERAR-INCIDIR EN
ESTE LÓGICA
SOCIAL



CÓMO ROMPER-
ALTERAR-INCIDIR EN
ESTE LÓGICA
SOCIAL



La distancia FÍSICA + la escasa y deficiente ORIENTACIÓN se convierten en elementos prevalentes-predeterminantes [en un entorno rural] frente a las referencias SOCIOCULTURALES



Sólo en el caso de que la REFERENCIA SOCIOCULTURAL SEA FUERTE, una REFERENCIA HEGEMÓNICA, las MAGNITUDES FÍSICA Y PSICOLÓGICAS, PASAN A UN SEGUNDO PLANO, Y ÉSTAS FUNCIONAN COMO CENTRO DE GRAVEDAD POTENTE PARA ATRAER A VISITANTES

CÓMO ROMPER-
ALTERAR-INCIDIR EN
ESTE LÓGICA
SOCIAL

SAN ANDRÉS Y
SAUCES



SANTA CRUZ DE
LA PALMA

MALA COMUNICACIÓN CON SANTA CRUZ DE LA PALMA: MALA
CARRETERA (INCÓMODA) Y LARGA DURACIÓN (Tº DE VIAJE)

PERCEPCIÓN
DE LEJANÍA

A.- "TAPÓN-OBSTÁCULO" PARA PREDISPOSICIÓN
VIAJERA DESDE EL RESTO DE LA ISLA

B.- "TAPÓN-CONTENCIÓN" DE LOS CIUDADANOS DE SAN
ANDRÉS Y SAUCES A SALIR FUERA DE SU MUNICIPIO

REDUCCIÓN DE DISTANCIA FÍSICA (MENOS FATIGA Y MENOR Tº DE
VIAJE) POR MEJORAS VIARIAS EN INFRAESTRUCTURAS

AHORA BIEN

¿ESTÁ SAN ANDRÉS Y SAUCES MÁS CERCA DE LAS
MOTIVACIONES DE VISITA, TIENE MAYOR ATRACTIVO?

CÓMO ROMPER-
ALTERAR-INCIDIR EN
ESTE LÓGICA
SOCIAL

☑ **MODELO: Antes de MEJORA DE INFRAESTRUCTURA VIARIA:**

Permitía y Garantizaba, a pesar o justo por el AISLAMIENTO, que San Andrés y Sauces, fuese CENTRO DE GRAVEDAD PARA LOS MUNICIPIOS LIMÍTROFES

☑ **MODELO: ACTUAL con MEJORAS VIARIAS MÁS CERCA**

Permite o Garantiza que San Andrés y Sauces, por su apertura, pierda su CENTRO DE GRAVEDAD COMARCAL a favor de la Capital Insular. MUNICIPIOS Y ÁREAS DE INFLUENCIA LIMÍTROFES COMPRAN-VISITAN MENOS San Andrés y Sauces y (prefieren) por la cercanía desplazarse a Santa Cruz de La Palma

☑ **En resumen, LA REFERENCIALIDAD Y CENTRALIDAD DE SAN ANDRÉS Y SAUCES ESTABA RELACIONADA CON EL “AISLAMIENTO” Y LEJANÍA FÍSICA**

☑ **La MAYOR “CERCANÍA-ACCESIBILIDAD” actual HA VISIBILIZADO Y ACUSADO LA ESTRUCTURA COMPETITIVA REAL DE SU OFERTA COMERCIAL Y DE CIUDAD**

☑ **En un entorno de “cierto aislamiento” su oferta comercial y de ciudad estaba “SOBREVALORADA” por imposibilidad de una “COMPETENCIA REAL”**

CÓMO ROMPER-
ALTERAR-INCIDIR EN
ESTE LÓGICA
SOCIAL

- ☑ En un entorno más “abierto” de buenas comunicaciones y accesibilidad viaria, la oferta comercial y de ciudad de San Andrés y Sauces está siendo evaluada en tanto que oferta comercial en competitividad:
 - ➔ VARIEDAD DE PRODUCTOS
 - ➔ CALIDAD DE LA OFERTA
 - ➔ OFERTAS
 - ➔ PRECIOS
 - ➔ SERVICIOS AÑADIDOS
 - ➔ ETC., ETC.,

- ☑ En estas condiciones de mayor ACCESIBILIDAD/COMPETITIVIDAD San Andrés y Sauces (ciudad) y su oferta comercial, probablemente, han PERDIDO CLIENTES-VENTAS-VISITANTES

¿QUIERE ESTO DECIR QUE SAN ANDRÉS Y SAUCES ESTABA MEJOR
SIN LAS INFRAESTRUCTURAS VIARIAS?

- ☑ EVIDENTEMENTE NO, SI NO QUE HAY QUE

GESTIONAR LA ACCESIBILIDAD Y LA MAYOR CERCANÍA
ÓPTIMAMENTE

- ☑ Las **CONDICIONES ACTUALES DE GESTIÓN** de la **MAYOR CERCANÍA** de San Andrés y Sauces al resto de **MUNICIPIOS** no ha favorecido todo lo que pudiera a su oferta comercial y de ciudad
- ☑ Dicho de otro modo:

“DISTANCIA-
CERCANÍA”
FÍSICA

ES DIFERENTE
DE ...

CERCANÍA SIMBÓLICA
EN LAS PRÁCTICAS Y
EN LOS
COMPORTAMIENTOS

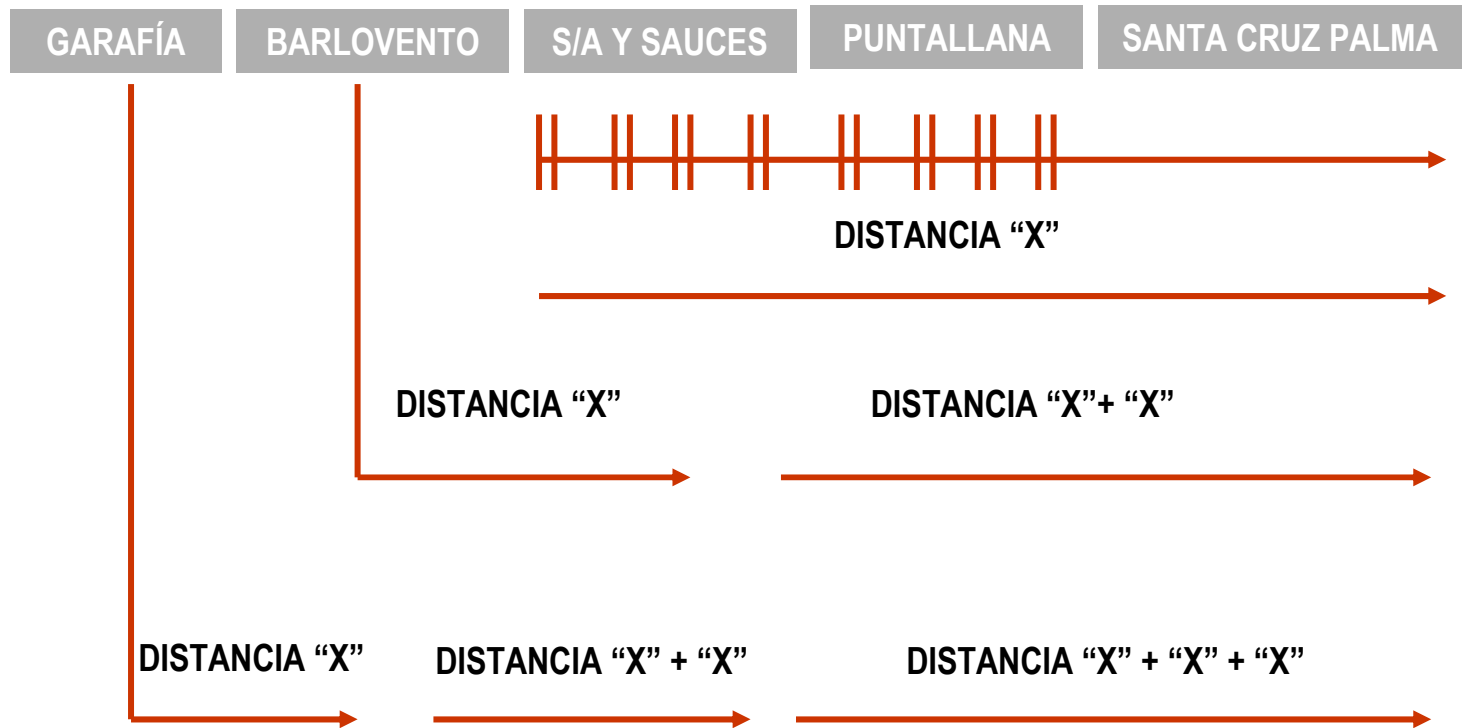
CÓMO ROMPER-
ALTERAR-INCIDIR EN
ESTE LÓGICA
SOCIAL

Por sí solas
estas
ACTUACIONES
pueden ser
NEGATIVAS

Necesidad de
ARTICULAR un conjunto
de MEDIDAS,
ACTUACIONES,
PROGRAMAS ... en el
ÁMBITO DE LO
SIMBÓLICO

☑ **INVERSIÓN DE LA DISTANCIA para áreas de Influencia Barlovento y Garafía**

San Andrés y Sauces sigue estando a igual distancia, pero Santa Cruz de La Palma **ESTÁ MÁS CERCA**



CÓMO ROMPER-
ALTERAR-INCIDIR EN
ESTE LÓGICA
SOCIAL

CAMBIO DEL MARCO DECISIONAL "SAN ANDRÉS Y SAUCES" "ESTÁ DONDE SIEMPRE" Y SANTA CRUZ DE LA PALMA "MÁS CERCA" ...

☑ **INVERSIÓN DE LA DISTANCIA para resto de áreas de Influencia**

San Andrés y Sauces está más cerca de Santa Cruz de La Palma ,
pero Mazo, Breñas están a la misma distancia de Santa Cruz

S/A Y SAUCES

PUNTALLANA

SANTA CRUZ
DE LA PALMA

BREÑA
BAJA

BREÑA
ALTA

MAZO



DISTANCIA "X" DISTANCIA "X" DISTANCIA "X"



CÓMO ROMPER-
ALTERAR-INCIDIR EN
ESTE LÓGICA
SOCIAL

EL CENTRO DE REFERENCIA PARA ESTA ZONA ES SANTA CRUZ DE
LA PALMA Y SIGUE ESTANDO "DONDE SIEMPRE" ...

**CÓMO ROMPER-
ALTERAR-INCIDIR EN
ESTE LÓGICA
SOCIAL**



**SANTA CRUZ DE LA
PALMA**

**SIMBÓLICAMENTE ESTÁ MAS
CERCA DE SAN ANDRÉS Y
SAUCES**

**PERCIBIDO POR LOS
CIUDADANOS DE SAN
ANDRÉS Y SAUCES**

Visitarán más Santa Cruz de La Palma a costa de no quedarse tanto en "su pueblo"



**SANTA CRUZ DE LA
PALMA**

**FÍSICAMENTE S/A Y SAUCES
ESTÁ DONDE SIEMPRE,
PERO SIMBÓLICAMENTE HA
ACERCADO A BARLOVENTO
Y GARAFÍA**

**PERCIBIDO POR LOS
CIUDADANOS DE
BARLOVENTO Y GARAFÍA**

Visitarán más Santa Cruz de La Palma a costa de no visitar tanto San Andrés y Sauces



**SAN ANDRÉS Y
SAUCES**

**ESTÁ FÍSICAMENTE MÁS
CERCA DE SANTA CRUZ DE
LA PALMA,
SIMBÓLICAMENTE ESTÁ EN
EL MISMO LUGAR**

**PERCIBIDO POR LOS
CIUDADANOS DE ÁREA
INFLUENCIA SANTA CRUZ
PALMA**

Visitarán San Andrés y Sauces, pero no es una motivación lo suficientemente fuerte

CÓMO ROMPER-
ALTERAR-INCIDIR EN
ESTE LÓGICA
SOCIAL

- ☑ **En definitiva, SI NO SE TOMAN OTRAS MEDIDAS, las EXTRAORDINARIAS INFRAESTRUCTURAS más bien, en el corto plazo y con los centros de atracción y gravedad actuales, PUEDEN ESTAR ACTUANDO NEGATIVAMENTE SOBRE LA OFERTA DE CIUDAD Y OFERTA COMERCIAL DE San Andrés y Sauces**



LA OBJETIVIDAD MÁXIMA, (Kilómetros y Tiempo duración Trayecto), ESTÁN SOMETIDOS A LOS MARCOS PERCEPTIVOS QUE ACABAN GENERANDO LA VALORACIÓN “CERCA-LEJOS”, “MERECE LA PENA-NO MERECE LA PENA” QUE SE ACABAN TRADUCIENDO EN COMPORTAMIENTO Y DECISIÓN DE VISITA



DONDE HAY QUE TRABAJAR ES LOS ELEMENTOS-VARIABLES DEL MARCO PERCEPTIVO

CÓMO ROMPER-
ALTERAR-INCIDIR EN
ESTE LÓGICA
SOCIAL

☑ Especial **ATENCIÓN Y CUIDADO** merecen las **ESTRATEGIAS** que están desarrollando otros municipios cercanos a **SAN ANDRÉS Y SAUCES** y con menor patrimonio de ciudad y oferta comercial

➡ **PUNTALLANA** ha puesto en funcionamiento diferentes estrategias de **NOTORIEDAD, PRESENCIA y ACERCAMIENTO SIMBÓLICO**

MARCADORES TERRITORIALES ADMINISTRATIVOS DE PUEBLO

MARCADORES DE ESTILO DE VIDA DE PUEBLO: “Tradición Agrícola”

- ➡ Las estrategias de **MARCADORES DE TÉRMINO MUNICIPAL DE PUNTALLANA** como signo viario de información de carreteras funciona como dimensión perceptiva de “ingreso” en un “espacio con nombre”, con sentido, con presencia y cercanía
- Gratificación Informativa: “Se preocupan de mi”
 - Gratificación Orientativa: “Seguridad, buen camino”
 - Gratificación Distancia: “Me adelantan lo que me voy a encontrar”
- ➡ Además de estos signos viarios más estándares, existen “**MONOLITOS PERSONALIZADOS**” de “Bienvenida” con **INFORMACIÓN ESPECÍFICA** y que transmiten una Imagen de Marca y un sello propio: “Tradición Agrícola”

CÓMO ROMPER-
ALTERAR-INCIDIR EN
ESTE LÓGICA
SOCIAL

- ☑ **ESTA INCURSIÓN EN EL ESPACIO DE LO ICÓNICO COMO ESPACIO DE ESTRATEGIAS SIMBÓLICAS PARA GENERAR NOTORIEDAD, RECUERDO COGNITIVO, ORIENTACIÓN Y SENSACIÓN DE SEGURIDAD, GRATIFICACION INCOSCIENTE, TRANSMISIÓN ENCUBIERTA DE IMAGEN DE MARCA, ETC., ETC., Tiene además un CORRELATO IMPORTANTÍSIMO EN DOS MODALIDADES DE ORIENTACIÓN EN EL TERRITORIO:**

INTERNA: no necesitan señales-información, conocen el lugar

- ➡ Para los “propios”
- ➡ Para los “cercanos”
- ➡ Para los “propios lejanos”

EXTERNA: señales e información reconocibles en cualquier lugar

- ➡ Para los de “fuera”
 - ➡ Isla
 - ➡ Región
- ☑ **El sistema de Orientaciones-Indicaciones hacia San Andrés y Sauces es prácticamente inexistente: REFORZADOR DE LA MOTIVACIÓN DE CIERRE SOBRE SÍ MISMO Y ESPACIO SIN DEMARCACIONES**

CÓMO ROMPER-
ALTERAR-INCIDIR EN
ESTE LÓGICA
SOCIAL

- “Los del lugar no lo necesitan”
- “Los de fuera, no saben hacia donde se dirigen”

“SIN DISTANCIA” ...

➡ NO HAY PERCEPCIÓN “CERCA-LEJOS”

“SIN MEDIDAS” ...

➡ NO HAY PERCEPCIÓN DE DISTANCIA

“SIN LÍMITES” ...

- ➡ NO HAY PERCEPCIÓN DE MEDIDAS
- Necesidad de desarrollo INTEGRAL DE UN SISTEMA DE COMUNICACIONES ICÓNICO-INFORMATIVA que haga que San Andrés y Sauces este presente en cualquier punto de la isla
 - ➡ Cualquier punto de la isla es, potencialmente, ORÍGEN DE UN VIAJE CON DESTINO A San Andrés y Sauces

CÓMO ROMPER-
ALTERAR-INCIDIR EN
ESTE LÓGICA
SOCIAL

- ☑ En esta línea de desarrollo y dentro del ámbito de trabajo de las Zonas Comerciales Abiertas, la **CAPACIDAD ATRACTIVA**, la **MASA DE GRAVEDAD DE UN MUNICIPIO**, no se puede abordar aisladamente sino en una estructura en la que **LA CIUDAD** tiene un papel esencial y rector:

No se puede pensar sólo ni especialmente en clave de **OFERTA COMERCIAL**

- ☑ San Andrés y Sauces, en este sentido, cuenta con una **ESTRUCTURA URBANA LO SUFICIENTEMENTE DESARROLLADA, PARA PODER GENERAR ESA ESTRUCTURA NECESARIA**

CAPACIDAD DE EJERCER UNA CENTRALIDAD URBANA, CULTURA, SOCIAL EN SU ZONA DE INFLUENCIA

BARLOVENTO



PUNTALLANA



AUSENCIA NETA DE ESTRUCTURAS URBANAS

CÓMO ROMPER-
ALTERAR-INCIDIR EN
ESTE LÓGICA
SOCIAL

- ☑ **Las últimas actuaciones-intervenciones de BARLOVENTO Y PUNTALLANA, en este sentido, van DIRIGIDAS A CREAR ESA ESTRUCTURA DE TRAMA URBANA:**
 - ➡ **BARLOVENTO Y PUNTALLANA son una TRAVESÍA URBANA HACIA OTRO DESTINO**

UNA ESTRATEGIA
PARA EL
DESARROLLO DE LA
CENTRALIDAD
ECONÓMICA-
SOCIAL-CULTURAL
DE SAN ANDRÉS Y
SAUCES

***UNA ESTRATEGIA PARA EL
DESARROLLO DE LA CENTRALIDAD
COMERCIAL-ECONÓMICA-SOCIAL-
CULTURAL DE CIUDAD DE SAN
ANDRÉS Y SAUCES***

UNA ESTRATEGIA
PARA EL
DESARROLLO DE LA
CENTRALIDAD
ECONÓMICA-
SOCIAL-CULTURAL
DE SAN ANDRÉS Y
SAUCES

☑ TÁCTICA INTERNA

CENTRO DE GRAVEDAD-ATRACCIÓN

- ✓ Para “propio pueblo”
- ✓ Propia “Comarca”
- ✓ Propia “Isla”
- ✓ Propia Región-Comunidad

Son líneas metastásicas-sinérgicas de trabajo, cualquiera de ellas retroactúa sobre el resto, no hay orden ni prioridad ...**SÍ IMPORTA HACERLO BIEN** para crear un **CAMPO DE FUERZAS HOMOGÉNEAS**

UNA ESTRATEGIA
PARA EL
DESARROLLO DE LA
CENTRALIDAD
ECONÓMICA-
SOCIAL-CULTURAL
DE SAN ANDRÉS Y
SAUCES

CAMPO DE FUERZAS TRADICIONAL



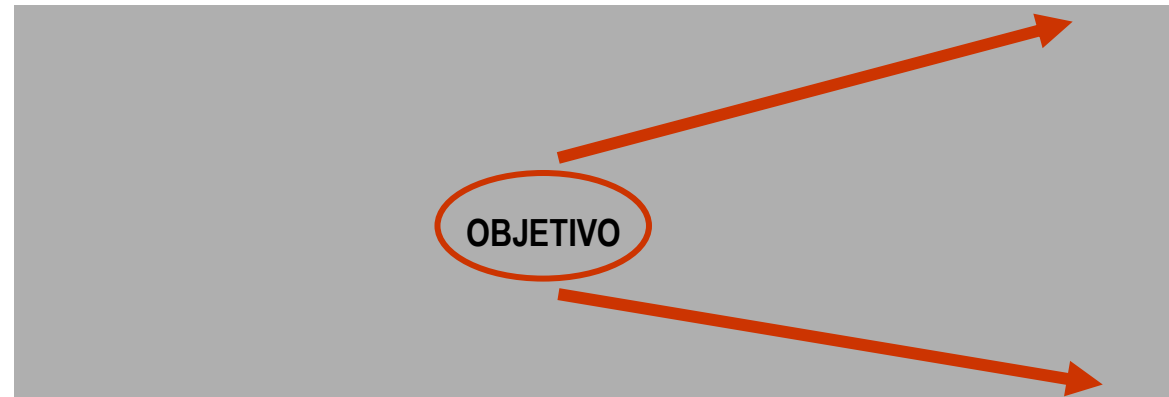
INPUTS de Energía en mismo sentido configuran una dirección (“lo que no suma, resta”). Energía social no sumatoria, hay un resto que se pierde “juegos de suma cero”

SISTEMA DE ALTA ENTROPÍA SOCIAL: Capital Humano Formado, Migraciones, Talento ...

- ☑ Las respuestas a estos límites estructurales han pasado, habitualmente, por “SALIR FUERA” SIN CAMBIAR LAS CONDICIONES OBJETIVAS QUE NO PERMITÍAN-HACÍAN POSIBLE LAS CONDICIONES DE PRODUCCIÓN
- ☑ Los SISTEMAS CON ELEVADA ENTROPÍA SOCIAL, no logran ARTICULAR LAS CONDICIONES PARA ESTABILIZAR EL SISTEMA EN UN PUNTO DE EQUILIBRIO ELEVADO:
 - ➡ Toda la ENERGÍA se consume en Reorganizar un EQUILIBRIO DE SUPERVIVENCIA que permita mínimamente LA REPRODUCCIÓN
 - No hay crecimiento-Evolución: ...

UNA ESTRATEGIA
PARA EL
DESARROLLO DE LA
CENTRALIDAD
ECONÓMICA-
SOCIAL-CULTURAL
DE SAN ANDRÉS Y
SAUCES

CAMPO DE FUERZAS VECTORIAL



Estructura de INPUTS DE ENERGÍA EN SENTIDOS DIFERENTES, PUEDEN CONFIGURAR UNA MISMA DIRECCIÓN MÁS AMPLIA (“todo suma”): TODO ES ENERGÍA SOCIAL SUMATORIA: NO HAY RESTO

SISTEMA DE BAJA ENTROPÍA SOCIAL: Alto aprovechamiento de la Energía a través de relaciones de Cooperación y Colaboración

UNA ESTRATEGIA
PARA EL
DESARROLLO DE LA
CENTRALIDAD
ECONÓMICA-
SOCIAL-CULTURAL
DE SAN ANDRÉS Y
SAUCES

☑ TÁCTICA EXTERNA

ARTICULAR-PROMOVER EL FLUJO DE VISITANTES EXTERNOS

✓ INCREMENTO Y
OPTIMIZACIÓN DEL NÚMERO
TOTAL DE VISITANTES
EXTRENAJEROS-TURISTAS QUE
VIENEN A LA PALMA Y VISITAN
EL MUNICIPIO DE SAN ANDRÉS
Y SAUCES

Construir un INDICADOR DE GESTIÓN QUE NOS CALIBRE ESTA
RELACIÓN y se CONVIERTA EN UN OBJETIVO CENTRAL

INSTRUMENTOS Y HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS

INSTRUMENTOS Y
HERRAMIENTAS
METODOLÓGICA

SISTEMA DE INDICADORES CONTÍNUOS

Se trataría de DESARROLLAR UN CONJUNTO DE INDICADORES, TANTO CUANTITATIVOS COMO CUALITATIVOS, QUE PERMITIESEN OFRECER INFORMACIÓN SOBRE LA REALIDAD PLURAR, TANTO LA CRISTALIZADA COMO LA EMERGENTE Y TENDENCIAL, QUE SIRVIESE DE INDICADORES DE GESTIÓN SOBRE EL TRABAJO DE ACE, SUS ACTUACIONES Y SUS RETOS DE FUTURO

- ➡ INDICADOR DE GESTIÓN DE RATIO VISITANTES LA PALMA TOTAL QUE VISITAN SAN ANDRÉS Y SAUCES**
- ➡ GRAFO QUE NOS DA LA DENSIDAD, SENTIDO, ORIENTACIÓN Y MOTIVO DE LAS VISITAS A LOS DISTINTOS MUNICIPIOS**

**OBSERVATORIO DE MENTALIDADES Y REPRESENTACIONES
COLECTIVAS**

- ➡ **INDICADOR DE GESTIÓN DE RATIO VISITANTES LA PALMA TOTAL QUE VISITAN SAN ANDRÉS Y SAUCES**
- ➡ **GRAFO QUE NOS DA LA DENSIDAD, SENTIDO, ORIENTACIÓN Y MOTIVO DE LAS VISITAS A LOS DISTINTOS MUNICIPIOS**

TRACKING CONTINUO EVALUACIÓN-SEGUIMIENTO-INTRODUCCIÓN
OBJETIVOS

- ➡ **INDICADOR DE GESTIÓN DE RATIO VISITANTES LA PALMA TOTAL QUE VISITAN SAN ANDRÉS Y SAUCES**
- ➡ **GRAFO QUE NOS DA LA DENSIDAD, SENTIDO, ORIENTACIÓN Y MOTIVO DE LAS VISITAS A LOS DISTINTOS MUNICIPIOS**