

Resumen Ejecutivo

Hoy en día es muy importante que cada lugar tenga su propia esencia para que poco a poco vaya adquiriendo una identidad con la cual le permita darse a conocer por las principales actividades que se desarrollan en cada una de las comunidades del área rural debido a que el desarrollo económico local es uno de los principales factores que influyen en la calidad de vida de las personas.

La presente investigación tuvo como objetivo desarrollar estrategias de branding enfocadas en sus vocaciones productivas para las comunidades de Yesera Centro y Chiguaypolla aplicando las distintas teorías.

Realizando un diagnóstico se pudo evidenciar que las comunidades de Yesera Centro y Chiguaypolla ambas pertenecientes al distrito 19 de la provincia Cercado del departamento de Tarija, reciben apoyo para el sector agrícola por parte de la subgobernación de Cercado. Se identificó que la principal actividad económica que desarrollan es la agricultura, debido a que casi todas las personas de dichas comunidades se dedican al cultivo de diferentes productos como ser: papa, maíz, trigo, arveja, frutales, uva, frutilla, entre otros.

La ventaja radica en la agricultura como principal actividad económica con mayor rendimiento en los productos de frutilla, uva y arveja. Por el hecho de contar con suficiente superficie, herramienta y atajados para sus cultivos; asimismo se realiza la feria del singani artesanal como un incentivo y oportunidad de negocio para los productores de la comunidad.

Con la presente propuesta lo que se buscará es construir una marca para ambas comunidades con las cuales se tome en cuenta las características más sobresalientes para el diseño, de esta manera se puedan promocionar y logren posicionarse en la ciudad de Tarija en cuanto a sus vocaciones productivas.

Haciendo un análisis más profundo se espera que a partir de mediano plazo mejore la calidad de vida de los habitantes de las comunidades.