



Contabilidad y Negocios

ISSN: 1992-1896

revistacontabilidadynegocios@pucp.edu.pe

Departamento Académico de Ciencias
Administrativas
Perú

Pingo Jara, Roger

El marketing de ciudades y la gestión urbana socialmente responsable, caso ciudad de
Chiclayo 2016-2035

Contabilidad y Negocios, vol. 11, núm. 21, 2016, pp. 93-112

Departamento Académico de Ciencias Administrativas
Lima, Perú

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=281648512006>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

El *marketing* de ciudades y la gestión urbana socialmente responsable, caso ciudad de Chiclayo 2016-2035

Roger Pingo Jara

Universidad Señor de Sipán
Facultad de Ciencias Empresariales

Los objetivos de la investigación apuntaron en dos direcciones. En lo que respecta a lo cualitativo, se buscaba conocer las expectativas de desarrollo de Chiclayo para los próximos veinte años, identificar la manera de lograr el cambio y elaborar una propuesta que permita formar ciudadanos socialmente responsables. En lo cuantitativo, se esperaba identificar la problemática de la ciudad de Chiclayo, analizar la percepción de los chiclayanos sobre la problemática de la ciudad y priorizar las propuestas para el desarrollo sustentable y sostenible de Chiclayo.

A partir de este estudio, se concluye que la ciudad de Chiclayo afronta una problemática estructural que afecta la calidad de vida de todos sus grupos de interés. Se carece de un modelo de ciudad socialmente responsable. Los ciudadanos esperan una ciudad saludable, limpia, ética-moral, segura, ordenada y demandan un proceso educativo en responsabilidad social transversal. Sobre esta base, se propone el modelo «Chiclayo al 2035. Calidad de vida y desarrollo».

Palabras clave: *marketing* de ciudades, gestión urbana, responsabilidad social

City marketing and responsible urban management, Chiclayo case 2016-2035

The objectives of this research had two approaches; the qualitative objectives were: to learn about the development expectations of Chiclayo for the next 20 years; to identify ways to achieve this goal; and to develop a concept that educates socially responsible citizens. Quantitative objectives: to identify the problems in the city of Chiclayo, to analyze the citizens' perception of Chiclayo's problems and to prioritize proposals for the sustainable development of Chiclayo.

From this study, we conclude that the city of Chiclayo is facing a structural problem that affects the quality of life of all its citizens. It lacks a socially responsible city plan . Citizens expect a healthy, clean, ethical-moral, safe and organized city; they demand an educational plan for a socially responsible city. Thus, we are proposing a plan called «Chiclayo 2035. Quality of life and development».

Keywords: City marketing, urban management, social responsibility

Marketing de cidades e gestão urbana de cidades socialmente responsáveis. Chiclayo 2016-2035

Os objetivos da pesquisa apontam em duas direções. No método qualitativo: procurou-se conhecer às expectativas de desenvolvimento de Chiclayo para os próximos vinte anos, identificar formas para conseguir uma mudança e preparar uma proposta para educar cidadãos socialmente responsáveis. Quantitativamente: identificar os problemas da cidade de Chiclayo, analisar a percepção dos cidadãos sobre os problemas da cidade e priorizar propostas para o desenvolvimento sustentável de Chiclayo.



A partir deste estudo, conclui-se que a cidade de Chiclayo enfrenta um problema estrutural que afeta a qualidade de vida de todos os seus cidadãos. A cidade carece de um modelo socialmente responsável. Os cidadãos pedem uma cidade saudável, ordenada, limpa, segura, ética e moral, e exigem ações transversais para a educação e responsabilidade social. Nesta base, a proposta é um modelo chamado «Chiclayo 2035. Qualidade de vida e desenvolvimento».

Palavras-chave: marketing de cidades, gestão urbana, responsabilidade social.

1. Introducción: ¿Cuál es el problema estudiado y por qué se estudia?

De manera general, problema «se considera a toda diferencia negativa entre lo que debería ser y lo que es» (Caballero, 2014, p. 120). De acuerdo con el contexto actual, la realidad en que se vive y pensando en el futuro, estas son algunas de las preguntas que durante el día a día se formula el ciudadano, conjuntamente con su familia, sus vecinos, sus colegas en su centro de labores, su círculo social, en los colegios, institutos o universidades donde estudian sus hijos, entre otros espacios de la ciudad:

- ¿Cuál es el modelo de ciudad que se sueña para las futuras generaciones?
- ¿En qué tipo de ciudad los padres quieren vivir con la familia en las próximas décadas?
- ¿Cómo educar a los hijos para que en el futuro sean ciudadanos socialmente responsables y logren una mejor ciudad con calidad de vida, de acuerdo a los estándares internacionales?
- ¿Qué legado de ciudad se quiere dejar para las futuras generaciones?

Chiclayo es una ciudad ubicada estratégicamente en el norte del Perú. Como señala Alva (2016),

Lambayeque puede convertirse en lo que todos estamos esperando, la capital turística, la capital cultural, la ciudad de las tres culturas, un gran centro histórico, que tiene dos museos de primer nivel y también la Universidad Pedro Ruiz Gallo que le da vida. Lambayeque

tiene todas las condiciones para convertirse en una ciudad modelo, pero se necesita mejorar la calidad urbana, mejorar los sistemas de recojo de basura, que es uno de los problemas y por supuesto también impulsar el proyecto para la recuperación del centro histórico, que debería ser uno de los mejores conservados de todo el norte. Después de Trujillo está Lambayeque (p. 7).

Chiclayo, en ese sentido, es un «hub» comercial, pero afronta serios problemas en aspectos morales, sociales, identitarios, culturales, ambientales, urbanísticos y económico-empresariales.

Analizando la ciudad en relación con su futuro urbanístico, transporte, medio ambiente, crecimiento de las inversiones y generación de empleo, Nakazaki (2016) explica:

Lo que pasa con Chiclayo es muy grave, veo el futuro de Lambayeque sombrío. No hay inversiones privadas de consideración desde el año 2005 en el que se construyó el Centro Comercial Real Plaza. Los inversionistas llegan a Chiclayo, miran y se van porque no hemos dado las condiciones físico legales y de expansión para nuevos negocios en Chiclayo como capital de Lambayeque.

Trujillo ya tiene cinco centros comerciales. Piura cuatro y nosotros nos hemos quedado en uno, todo por no contar con el Plan Urbano que permita saber dónde y cómo vamos a crecer. En Chiclayo hay mucho desorden. Hace poco una cadena de hoteles de mucho prestigio internacional quiso invertir y tuvo que irse porque vieron una pésima y deficiente infraestructura en pistas, veredas, desorden vehicular, contaminación sonora y ambiental, y, tuvieron que abandonar el deseo de quedarse en esta ciudad.

Ello significa privar de posibilidades de mano de obra en construcción, carpintería, diversos servicios que bien pueden emplear a muchos jóvenes que hoy en día no tienen trabajo (pp. 18-19).

En los últimos quince años, la imagen de Chiclayo ha sido seriamente afectada por la corrupción, debido a los resultados de la gestión de algunas autoridades. Se cuestiona, también, que la mayoría de los ciudadanos residentes en Chiclayo no se sienten identificados con su ciudad, porque la mayoría de la población establecida en la «Capital de la Amistad» proviene de Cajamarca, Chota, Cutervo, Jaén, Bagua, Piura, Talara, entre otras ciudades del nororiente. Además de ello, se vive un caos en el ordenamiento y ornato de la ciudad, la contaminación ambiental, la seguridad ciudadana, el tránsito, el marcado desinterés por la cultura y el turismo, entre otros problemas estructurales, como la economía doméstica. Este problema se estudia, puesto que existe una preocupación de parte los diferentes grupos de interés por dar solución a las problemáticas que se afrontan en la realidad, mediante propuestas socialmente responsables, pensando en el futuro, con miras a su bicentenario en el año 2035.

2. Revisión de la literatura

Diferentes estudios se han realizado sobre el *marketing* de ciudades y la gestión urbana. Sin embargo, a la fecha no existe un artículo científico sobre Chiclayo.

De acuerdo con Regalado, Castañeda, Rodríguez y Saavedra (2009), «Se proyecta que para el 2050 vivirán en las ciudades más de tres mil millones de personas, a la vez que las poblaciones rurales comenzarán a disminuir en los próximos diez años. Estos cambios traen consigo nuevas exigencias a las ciudades y sus administraciones» (p. 15). En ese marco, «Para que una ciudad esté en mejores condiciones de competir se hace necesario conocer la imagen que se

percibe de ella y cómo se desea que sea percibida de acuerdo con su identidad y visión de futuro. En la medida que se tengan respuestas claras a estas interrogantes es posible desarrollar una marca ciudad que le permita diferenciarse de las demás ciudades y lograr un posicionamiento adecuado» (Regalado, Berolatti, Martínez & Risco, 2011, p. 11). En relación con ello, como plantea Wakabayashi (2015), «Es indispensable tomar en cuenta cuatro aspectos importantes de una marca: identidad, imagen, propósito y valor».

En cuanto al enfoque de la sostenibilidad, se proyecta el presente y futuro de la responsabilidad social (RS) sobre la base de la dinámica del proceso educativo, de enseñar y aprender, de desaprender y reaprender, para formar al ciudadano de manera trasversal, en un marco en el que primero son personas; luego, miembros de una familia. De este modo, pueden ser transformados en ciudadanos socialmente responsables. En esa línea, enseñar y aprender, desaprender y reaprender de manera socialmente responsable, significa para el ciudadano mantener el equilibrio entre lo moral, la inclusión social, el medio ambiente, la cultura y lo económico para facilitar el camino a la calidad de vida.

Todo ello se sustenta en:

La Resolución 57/254 de la Asamblea General de las Naciones Unidas que declara el periodo 2005-2014 como una década dedicada a fortalecer la educación y reorientarla a fortalecer los objetivos del desarrollo sustentable, así como en la Declaración conjunta firmada por los directores de la UNESCO y el PNUMA, se ha dado inicio a diversas actividades en todos los países de América Latina y el Caribe.

Los ideales contenidos en la Carta de la Tierra, que es una declaración de principios fundamentales para la construcción de una sociedad global en el siglo XXI, que sea justa, sustentable y amante de la paz y que busca inspirar en todos los pueblos un sentido de interdependencia y responsabilidad compartida para el bienestar de

la familia humana y del mundo en general. Asimismo, es una expresión de esperanza y un llamado a contribuir a la creación de una sociedad global en el marco de una coyuntura histórica crítica (Díaz, 2011).

Por ello, «La educación en RS debe empezar por uno mismo, formarse socialmente e incorporando toda esta serie de valores que queremos insertar en nuestros grupos de interés en uno mismo; esto nos permitirá posteriormente tener coherencia metodológica al formar en RS y lograr trascender» (Gómez, 2008, p. 13).

En cambio, «SOSTENIBILIDAD es el proceso de desarrollo en grupos y medio ambientes vulnerables que se mantienen en el tiempo, asegurando las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de futuras generaciones y, SUSTENTABILIDAD es el proceso transformacional en grupos y medio ambientes vulnerables que permiten establecer una mejor calidad de vida socio ambiental para preservar el desarrollo de las siguientes generaciones» (Gómez, 2015).

El enfoque de *marketing* de ciudades es vital para su atractividad y competitividad global. Según De Eizagarrate, una ciudad creará valor para sus diferentes públicos objetivos si ofrece una mejor calidad de vida, desarrolla el turismo urbano a través de sus recursos, atractivos comerciales y de ocio, es atractiva para vivir, trabajar e invertir (2008, p. 129). Lo mismo se anhela para la ciudad de Chiclayo, teniendo en cuenta que

Lima es la sexta mejor ciudad latinoamericana para vivir, según un informe publicado por Economist Intelligence Unit (EIU), la unidad de negocios del grupo británico The Economist, en el que se considera solo a las ciudades de América Latina, en la cual Buenos Aires (Argentina) lidera el ranking que califica a las metrópolis sobre cien en aspectos como educación, estabilidad, cultura, medio ambiente, infraestructura o asistencia sanitaria. Santiago (Chile), San Juan (Puerto

Rico), Montevideo (Uruguay) y San José (Costa Rica) le siguen a la capital argentina en el Top 5 (*Gestión*, 2015).

En lo que respecta a la economía y el crecimiento de las ciudades, «El motor propulsor de la economía peruana es la construcción de ciudades» (Amat y León, 2012, p. 101). En ese marco, es importante considerar que

La concepción de la ciudad ha evolucionado mucho desde el original modelo de las tres B de la gestión urbana primitiva: Basura, Baches y Bombillas, que eran los tres únicos servicios básicos que la ciudad generaba.

El nuevo paradigma de la gestión urbana es la trilogía urbana que, curiosamente, hace coincidir los objetivos de empresas y responsables públicos. Tanto ciudades (o sector público en general) como empresas han de buscar ser eficientes, sostenibles y favorecer la equidad social (Seisdedos, 2007, p. 29).

A continuación, se presenta la matriz elaborada por Seisdedos, en relación con los modelos de ciudad:

Tabla 1. La ciudad viva: El modelo de las 3 S

La ciudad como vida	Modelo de las 3 S	Modelo de las 3 E	Modelo de las 3 B	Trilogía urbana
Química urbana	Ciudad sostenible	Entorno	Basuras	Medio ambiente
Mecánica urbana	Ciudad surfera	Equidad	Baches	Cohesión social
Electrictidad urbana	Ciudad inteligente	Eficiencia	Bombillas	Competitividad/Atractividad

Fuente: Seisdedos (2007, p. 33).

Bajo esta perspectiva, según Seisdedos (2007), la ciudad ideal para vivir, estaría constituida, en primer lugar, por la química urbana, que refiere a una ciudad sostenible, compuesta por agua, energía, limpieza y mantenimiento. En segundo lugar, se conforma por la mecánica urbana, es decir, la ciudad surfera, que

implica, movilidad física (infraestructura de transporte y comunicación), movilidad digital (ciudades digitales, telefonía móvil y ciudad) y movilidad social (participación ciudadana, accesibilidad, servicios sociales y cultura urbana). Finalmente, está formada por la electricidad urbana, se trata de una ciudad inteligente, que comprende el diseño de la estrategia urbana, la planificación estratégica urbana y la nueva gestión urbana. Como ciudad inteligente, también, engloba a las políticas de la estrategia urbana: *city marketing*, la nueva financiación urbana y la excelencia operativa (pp. 33-37).

En lo que atañe a la gestión urbana socialmente responsable en la ciudad de Chiclayo, ubicada en la región costera, debemos observar que

El Índice de Progreso Social 2016 (IPSR) reveló que Moquegua se ubica en el primer lugar del ranking nacional, seguida por Ica y Lima Metropolitana, mientras que Madre de Dios Loreto y Ucayali, se ubican al final.

Las regiones que están ubicadas en la costa cuentan con un mayor progreso social; ello va disminuyendo conforme se pasa a las regiones de la sierra del país y finalmente a la selva.

Este hecho se repite cuando se analiza cada dimensión que el índice toma en cuenta: necesidades básicas humanas, fundamentos del bienestar y oportunidades (*Perú 21*, 2016).

3. Objetivos

3.1. Cualitativos

- Conocer las expectativas de desarrollo de la ciudad de Chiclayo para los próximos 20 años

- Identificar la manera de lograr el cambio para alcanzar el desarrollo esperado a 20 años de la ciudad de Chiclayo
- Elaborar una propuesta que permita formar ciudadanos socialmente responsables

3.2. Cuantitativos

- Identificar la problemática de la ciudad de Chiclayo
- Analizar la percepción de los chiclayanos sobre la problemática de Chiclayo
- Priorizar las propuestas para lograr el desarrollo sustentable y sostenible de Chiclayo

4. Metodología: ¿Cómo y con qué procedimientos se ha estudiado el problema?

La metodología utilizada partió de un enfoque cualcuantitativo en el marco de una investigación exploratoria, en lo cualitativo, y descriptiva-prospectiva, en lo cuantitativo. El diseño cualitativo se centró en un estudio de caso, mientras que el diseño cuantitativo fue no experimental y transeccional.

Para la parte cualitativa, las muestras se seleccionaron por conveniencia, que es una técnica de muestreo no probabilística $n=40$, compuesta por 13 expertos y 27 personas entre jefes de familia, transportistas y estudiantes universitarios. Para la parte cuantitativa, se utilizó un muestreo probabilístico, de tipo aleatorio simple, $n = 400$.

Se aplicó la siguiente operación:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{(Z^2 * p * q + e^2 * (N - 1))}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 177256}{(1.96^2 * 0.5 * 0.5 + 0.0489^2 * (177255 - 1))} = 400$$

z = nivel de confianza al 95%

p = probabilidad de éxito= 0,5

q = probabilidad de fracaso= 0,5

e = margen de error 4,89%

N = población de Chiclayo igual o mayor a 18 años, según el censo 2007

En este estudio, se aplicó técnicas cuali-cuantitativas, entre las cuales se encuentran las entrevistas como técnica de recolección dentro del paradigma cualitativo y las encuestas como técnica de recolección dentro del paradigma cuantitativo. Las herramientas utilizadas fueron la guía de entrevista estructurada —que consta de 3 preguntas abiertas— y un cuestionario con 15 preguntas, de las cuales 13 son de tipo cerradas y 3 de tipo abiertas. Estas últimas se detallan en los apéndices 2 y 3.

El análisis cualitativo de datos se realizó mediante Atlas.TI versión 7, mientras que, para el análisis cuantitativo, se empleó el SPSS 23. En este marco, las técnicas de análisis cualitativo fueron los grupos y categorías, y los mapas mentales. Por su parte, entre las técnicas del análisis estadístico, se encuentran el diferencial semántico y los mapas perceptuales (Véliz, 2016).

Para evaluar la validez y confiabilidad, se apeló a dos recursos. Por un lado, para la guía de entrevista, se evaluó la validez por el método Delphi y confiabilidad vía similitud. Por otro lado, para el cuestionario,

se revisó la validez estadística por el método de análisis factorial exploratorio y confiabilidad por el método de alfa de Cronbach (que corresponde a 0,87). Según Darren y Mallery, un coeficiente alfa menos 0,8 es bueno (2003, p. 231).

5. Resultados

Se encontraron los siguientes resultados:

5.1. Mapas mentales

5.1.1. De las entrevistas a expertos

- Visión de Chiclayo a veinte años: La visión de los especialistas es que Chiclayo será una ciudad con sólidos valores y respeto al ciudadano; segura; adecuada, en términos urbanísticos; ordenada en el tránsito; que cuida al medio ambiente; y con proyección urbana en lo social, cultural, económico y empresarial.
- Educación que nace en el hogar: La base ética moral debe empezar a partir de lo que los padres enseñan con el ejemplo, cultivando nuestra historia, fortaleciendo nuestra cultura, valorando el medio ambiente, y desarrollando actitud y capacidad de servicio.
- Mensaje final: Los expertos entrevistados consideran que se requiere de un cambio de actitud: mejorar la conciencia ciudadana al elegir nuestras autoridades, mayor participación activa de los diferentes grupos de interés, fortalecer la institucionalidad.

5.1.2. De las entrevistas a jefes de hogar, trabajadores independientes y estudiantes universitarios

- Visión de Chiclayo a veinte años: La visión que tienen este grupo de entrevistados sobre Chiclayo

es la de una ciudad saludable en lo ético, social, cultural y económico; que respete al medio ambiente; y brinde seguridad a sus ciudadanos. Además, consideran que, a veinte años, esta puede ser una ciudad atractiva para el turismo, que genere empleo, con desarrollo urbanístico planificado y moderno.

- Educación que nace en el hogar: es el compromiso que asume una familia para educar a sus hijos en valores, lo que generaría asumir una conciencia ambiental y el fortalecimiento de la identidad cultural.

- Mensaje final: Desde la perspectiva de los entrevistados, el ciudadano es el protagonista del cambio, mediante la creación de nuevas condiciones para el servicio a la sociedad, la promoción de inversiones, brindando seguridad, como base de lo ético y de la moral.

5.1.3. Puntos de encuentro

Los puntos de encuentro son el desarrollo ordenado, seguridad, cuidado del medio ambiente, mejora del tránsito, respeto por las normas, crecimiento económico, más cultura e impulso. Para lograrlo, se necesita un cambio de actitud y empezar por la educación de los niños.

Figura 1. Análisis cualitativo de las entrevistas a expertos: grupos y categorías

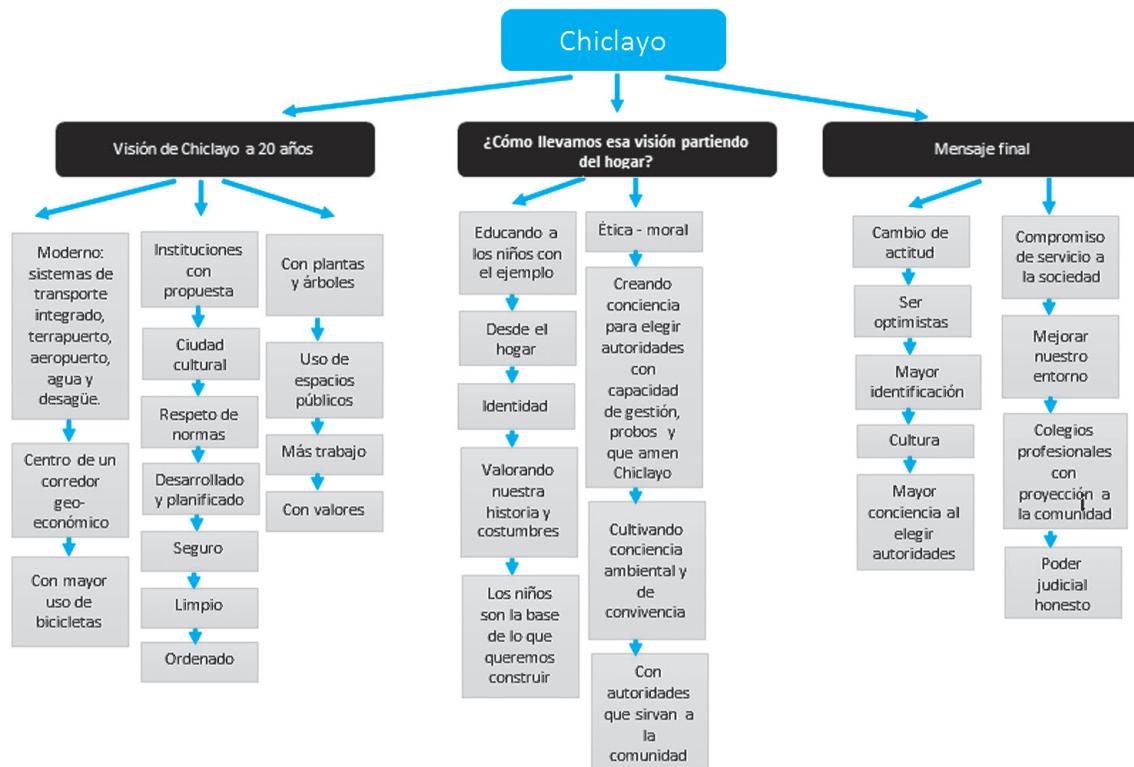


Figura 2. Análisis cualitativo de las entrevistas a jefes de familia, transportistas, universitarios: grupos y categorías

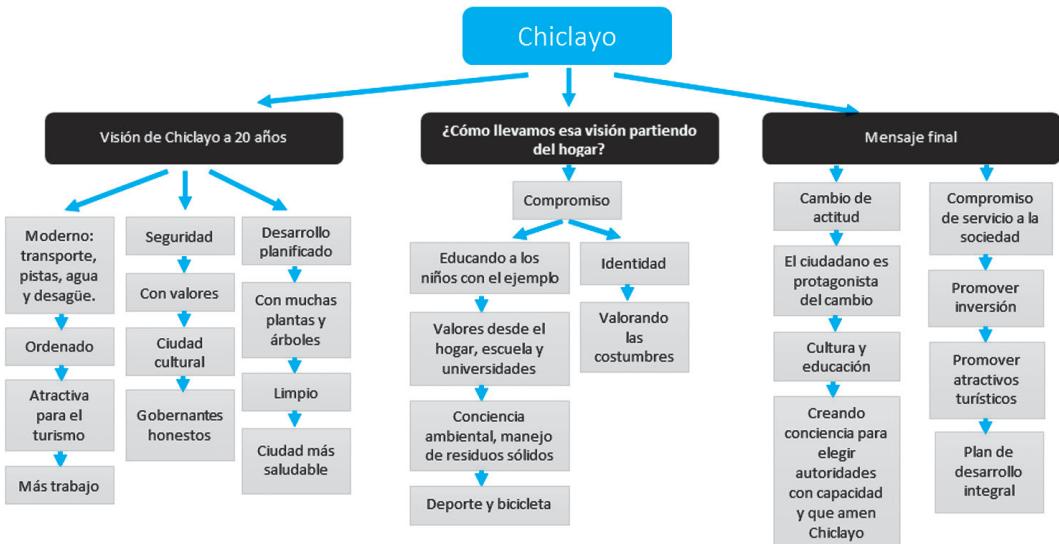
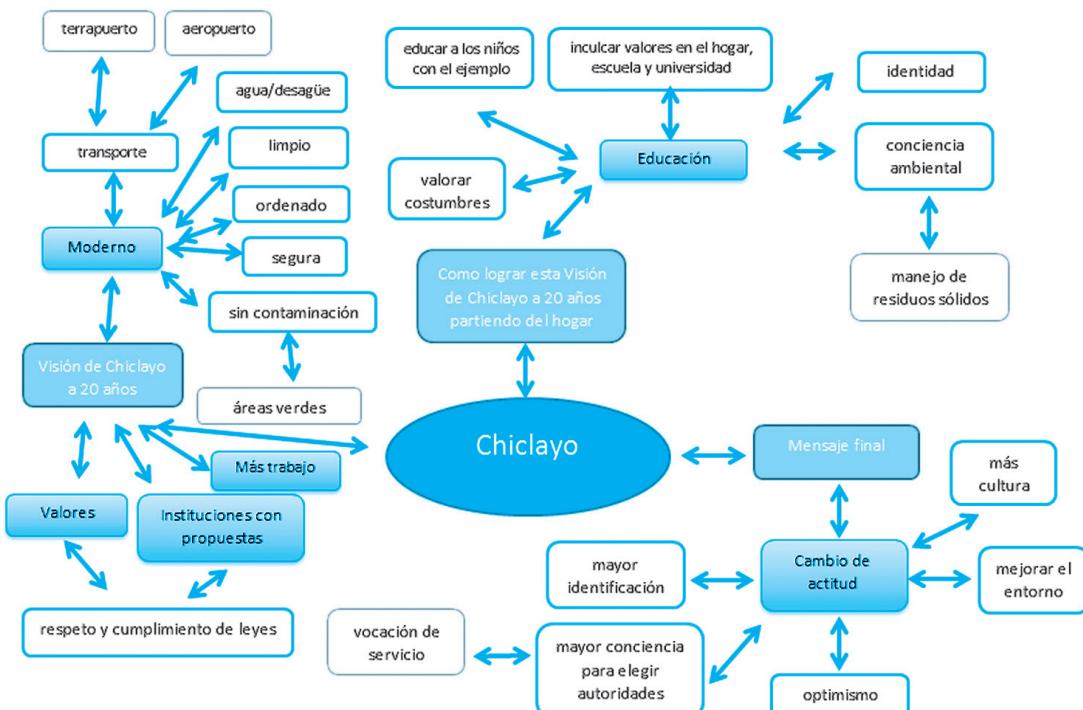


Figura 3. Análisis cualitativo de las entrevistas: mapa mental



5.2. Diferencial semántico

En la figura 4, se ha tomado una escala de 1 al 5, en la que 1 corresponde a una menor valoración, mientras que 5 referiría a una óptima valoración. Por ejemplo, en el ítem tránsito, 1 evidenciaría que el tránsito es pésimo, mientras que 5 aludiría a que es excelente. A partir de ello, se aprecia una percepción negativa con respecto al tránsito (1,6), limpieza pública (1,7), seguridad ciudadana (1,6), desarrollo urbano (2), ornato y áreas verdes (2), gestión pública (1,7), desarrollo turístico (2,3) y comercio ambulatorio (1,6). De acuerdo con las expectativas dentro de 10 o 20 años, se espera que haya una mayor satisfacción: en tránsito, 3,9; en limpieza pública, 4; en seguridad ciudadana, 3,9; en desarrollo urbano, 3,9; en ornato y áreas verdes, 4,1; en gestión pública, 3,9; en desarrollo turístico, 4; y, en comercio ambulatorio, 4. Se deduce que los problemas prioritarios son tránsito, comercio ambulatorio, limpieza pública, gestión pública, seguido de desarrollo

urbano, ornato y áreas verdes, y desarrollo turístico, en el orden mencionado.

5.3. Mapas perceptuales

En la figura 5, se observa una baja percepción tanto en gestión pública como en el desarrollo urbano de la ciudad de Chiclayo, según los entrevistados de género masculino y femenino. Por su parte, en la figura 6, se aprecia una baja percepción en ornato-áreas verdes y, también, una baja percepción en la limpieza pública de la ciudad de Chiclayo, según los entrevistados según ocupación.

En la figura 7, se observa que existe una baja percepción del desarrollo turístico y de la seguridad ciudadana de Chiclayo, según la edad de los entrevistados. En el caso de la figura 8, se aprecia una baja percepción del comercio ambulatorio y del tránsito de la ciudad de Chiclayo, de acuerdo con la zona de residencia del entrevistado.

Figura 4. Diferencial semántico de los principales problemas de la ciudad de Chiclayo

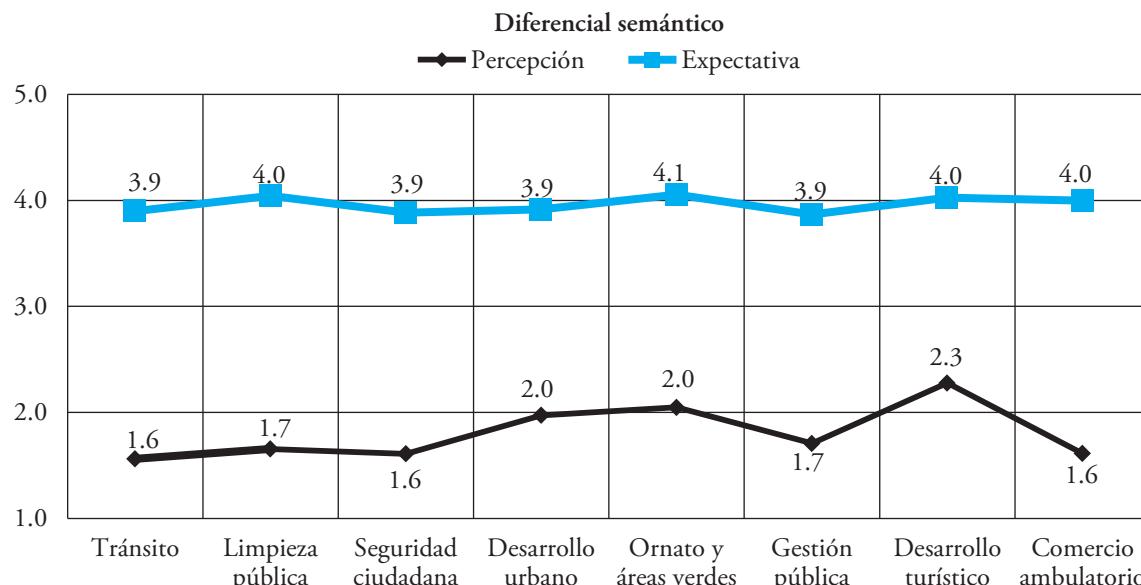


Figura 5. Mapa perceptual de la gestión pública y desarrollo urbano por género

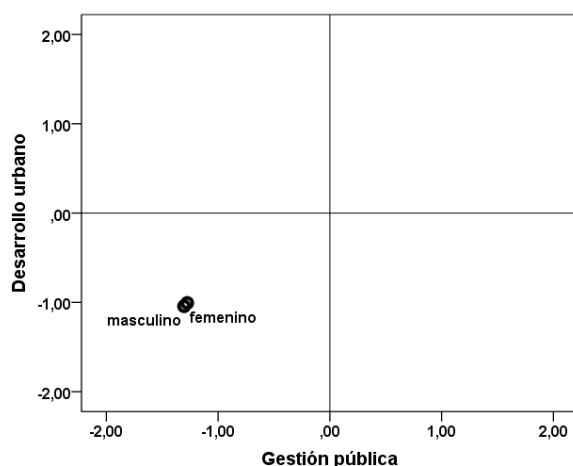


Figura 6. Mapa perceptual del ornato/áreas verdes y limpieza pública por ocupación

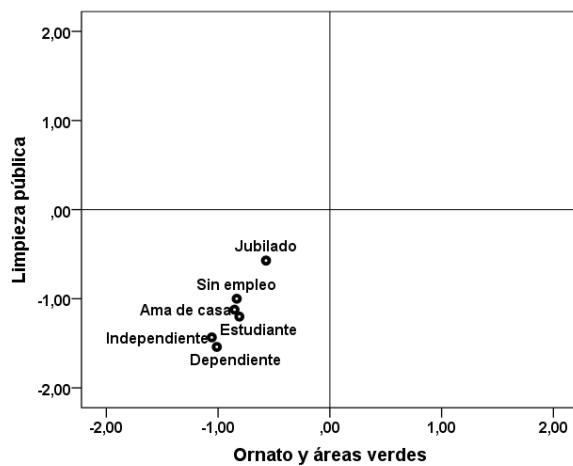


Figura 7. Mapa perceptual del desarrollo turístico y seguridad ciudadana por edad

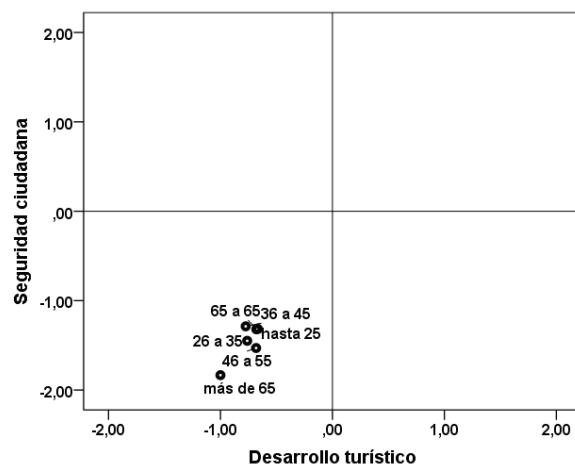
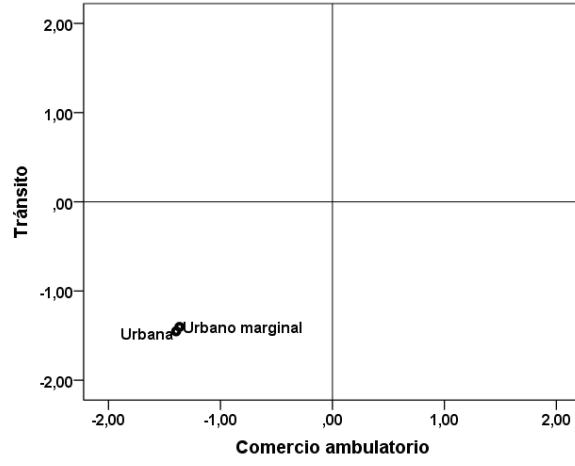


Figura 8. Mapa perceptual del comercio ambulatorio y turismo por zona de residencia



Fuente: Elaboración propia.

Para profundizar en las características de la muestra de la parte cuantitativa, se puede consultar el apéndice 1; el apéndice 2 está relacionado con la guía de entrevista; y los apéndices 3, 4 y 5, con las características de los expertos y sujetos voluntarios de la parte cualitativa.

6. Discusión

Según Regaldo *et al.* (2009), en torno a la investigación del Programa de *City Marketing* y creación de marca para Trujillo, se necesitan nuevas herramientas de gestión contemporánea y el plan de *marketing* de ciudades es el instrumento adecuado para la búsqueda de la competitividad (pp. 11-12). Por su parte, en su estudio sobre la identidad competitiva y desarrollo de marca para la ciudad de Arequipa, Regaldo *et al.* (2011) plantearon que el *marketing* de lugares ha tomado diferentes nombres, como *place marketing*, *city marketing*, entre otros, los cuales han sido mal interpretados e incluso en algunos casos mal aplicados (pp. 12-13).

En esa misma línea, de acuerdo con Seisdedos (2007), es necesario tener un nuevo modelo de ciudad, que explique qué es una ciudad. El autor plantea el modelo de las 3S: ciudad sostenible, ciudad surfera y ciudad inteligente (p. 33). Al analizar los resultados, describirlos sobre la base de los métodos empleados y de su consistencia con las investigaciones precedentes, el autor concluyó lo siguiente:

- Existe una brecha significativa entre la realidad (lo que es) y el estado ideal (lo que debería ser) de la ciudad de Chiclayo.
- Chiclayo ha crecido de manera desordenada, sin planificación urbana; no cuenta con un norte urbanístico. Su plan urbano data desde hace dos décadas. Se puede afirmar que Chiclayo, como

ciudad, se ha incrementado poblacionalmente, pero no se ha desarrollado urbanísticamente.

- Si bien es cierto que Chiclayo es considerado el «hub» comercial, a la fecha no es tan competitivo, pues le falta atractividad para las inversiones nacionales e internacionales.
- Las diferentes autoridades que han gobernado y administrado a Chiclayo en las dos últimas décadas no han considerado los principios y fundamentos de la responsabilidad social.
- No se ha valorado y desarrollado la relación de fondo que existe entre el marketing de ciudades y la gestión urbana socialmente responsable. El primero puede comprenderse como el modelo de visualización y presentación de un producto-servicio llamado ciudad, mientras que la segunda refiere a un modelo de gobierno y administración local.
- Existen expectativas en los diferentes grupos de interés por mejorar la imagen de la ciudad; para ello, se necesita un plan de *marketing* para reposicionar la marca Chiclayo.

7. Conclusiones

- La ciudad de Chiclayo afronta una problemática estructural que data desde hace dos décadas. No cuenta con un plan urbano actualizado, y no considera los principios y fundamentos de la responsabilidad social para el *marketing* y la gestión urbana, lo cual afecta la calidad de vida de todos sus grupos de interés —residentes, visitantes, turistas, inversionistas—, y, por ende, de las actuales y futuras generaciones.
- Existe una brecha significativa entre el estado ideal (lo que debería ser) y la realidad (lo que es) de la ciudad de Chiclayo, pues no cuenta con un modelo de ciudad socialmente responsable.

- Se requiere reposicionar la marca Chiclayo considerando las oportunidades que existen en el mercado nacional y global, y basándose en un modelo de ciudad socialmente responsable.
- Los ciudadanos de Chiclayo anhelan para los próximos veinte años el siguiente escenario: saludable, limpio, con base ética-moral.
- Los ciudadanos sueñan con una ciudad que logre el equilibrio entre lo moral, ético, inclusión social, ambiental, cultural, empresarial y económico, en ese orden de importancia.
- Demandan un proceso educativo en responsabilidad social transversal, que parta del hogar y al cual se sumen los colegios, universidades, centro de labores, con todos los grupos de interés.
- Chiclayo, como ciudad, necesita conectarse con sus ciudadanos, desde el hogar, a partir de las familias, y fortalecer su identidad interrelacionando las diferentes culturas que viven y conviven; proyectándose y practicando el respeto, la transparencia, la honradez, la honestidad, la colaboración; y mejorando el nivel de autoestima de cada ciudadano, aprendiendo a amar su ciudad, contribuyendo con su desarrollo.
- Las autoridades de Chiclayo necesitan actuar con coherencia y consistencia entre lo que piensan, dicen y hacen, con sincronía y sintonía en toda la comunidad para mejorar continuamente el índice de progreso social (IPSR).

8. Recomendaciones

A continuación, se presenta el modelo sugerido para la ciudad de Chiclayo, el cual sería materia de una próxima investigación:

Modelo: «Chiclayo al 2035 calidad de vida y desarrollo»

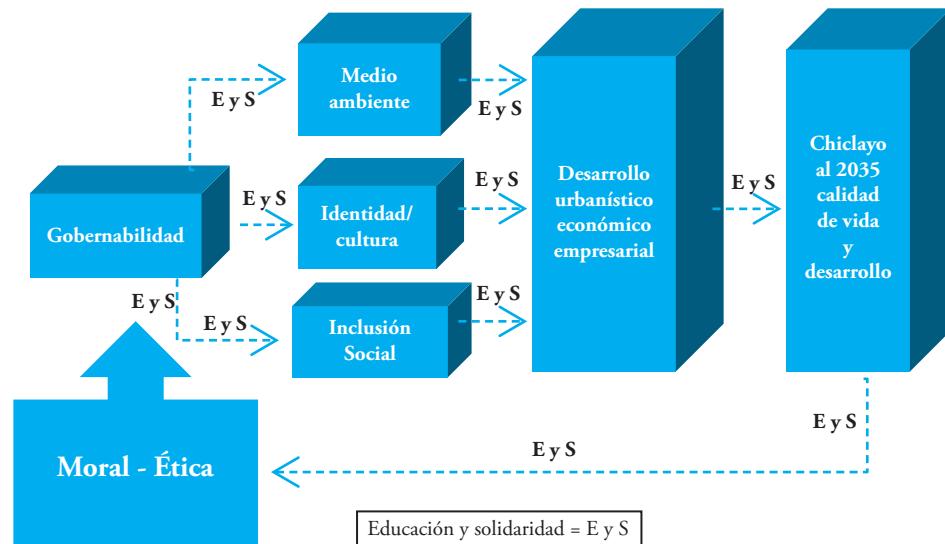
Bases del modelo:

- Primer pilar (prioridad): Moral (persona-familia) y ético (profesional-institucional)
- Segundo pilar: Gobernabilidad
- Tercer pilar: Enfoque de inclusión social
- Cuarto pilar: Identidad y cultura
- Quinto pilar: Medio ambiente
- Sexto pilar: Desarrollo urbanístico, económico y empresarial

Todos los pilares del modelo deben estar imbuidos en la educación y solidaridad.

Por medio del modelo propuesto, la educación de los hijos —para que en el futuro sean ciudadanos socialmente responsables— estaría centrada en una sólida base moral-ética, la cual, a su vez, permitirá una gobernabilidad orientada al desarrollo sostenible y sustentable de la ciudad. Esto será posible trabajando tres ejes fundamentales: el medio ambiente, la identidad cultural y la inclusión social, que constituyen la plataforma para el desarrollo urbanístico, económico y empresarial. De esta manera, se apuntaría a construir un nuevo escenario de calidad de vida y desarrollo para la ciudad de Chiclayo para el 2035, entrelazado o conectado con educación y solidaridad. Es necesario destacar el papel que desempeña la planificación, en la medida que quedan apenas 20 años para el bicentenario de Chiclayo y debe implementarse cuanto antes el modelo propuesto —como las metas y los plazos concretos—, de tal manera que se logren paulatinamente cada uno de los objetivos que convertirán a Chiclayo en una ciudad con un mayor desarrollo y mejor calidad de vida.

Figura 9. Modelo propuesto Chiclayo al 2035 calidad de vida y desarrollo



Fuente: Elaboración propia

Referencias

- Alva, Walter (2016). Vamos a tener que hacer un movimiento cívico fuerte, porque duele la indiferencia de las autoridades. *El Fiscal*. Chiclayo, 10-16 de febrero, p. 7.
- Amat y León, Carlos (2012). La gesta de los emigrantes. *El Perú nuestro de cada día: Nueve ensayos para discutir y decidir*. Lima: Universidad del Pacífico.
- Caballero, Alejandro (2014). El problema. *Metodología integral innovadora para planes y tesis: La metodología del como formularlos*. México D.F.: Cengage Learning.
- Darren, George y Paul Mallery (2003). *SPSS for Windows step by step: A Simple Guide and Reference. 11.0 Update*. Cuarta edición. Boston: Allyn & Bacon.
- De Elizagarate, Victoria (2008). La creación de valor en la ciudad. *Marketing de ciudades*. Segunda edición. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Díaz, Reynol (2011). *Desarrollo sustentable: una oportunidad para la vida, enfoque basado en competencias*. Segunda edición. México D.F.: McGraw-Hill.

Gestión (2015). Lima es la sexta mejor ciudad para vivir en América Latina. *Diario Gestión*. Lima, 18 de agosto 2015. Consulta: 20 de febrero de 2016. <http://gestion.pe/tendencias/lima-sexta-mejor-ciudad-vivir-america-latina> 2140285

Gómez, José (2015). Entre lo sostenible y lo sustentable. En *Jomogoga*. Consulta: 13 de febrero de 2016. <https://jomogoga.wordpress.com/2015/10/02/entre-losostenible-y-lo-sustentable/>

Gómez, José (2008). Educando en responsabilidad social. *Stakeholders Responsabilidad Social*, 27, 13. Lima.

Nakazaki, Jorge (2016). Apostamos por un rol más proactivo en políticas públicas. *Expresión*. Chiclayo, 18-25 de febrero, pp. 18-19.

Perú21 (2016). Moquegua e Ica destacan en Índice de Progreso Social 2016. *Perú 21*. Lima, 18 de mayo. Consulta: 14 de junio de 2016. <http://peru21.pe/economia/moquegua-ica-destacan-indice-progreso-social-2016-2246785>

Regalado, Otto, Gino Castañeda, Juan José Rodríguez & Guilliana Saavedra (2009). Marco conceptual y metodología. *Programa de City Marketing y creación de marca para Trujillo*. Lima: Esan Ediciones.

Regalado, Otto, Carlos Berolatti, Roxana Martínez & Gustavo Risco (2011). *Identidad competitiva y desarrollo de marca para la ciudad de Arequipa*. Lima: Esan.

Seisdedos, Gildo (2007). *Cómo gestionar las ciudades del siglo XXI. Del City Marketing al Urbanismo Management*. Madrid: Prentice Hall.

Véliz, Carlos (2016). *Análisis multivariante. Métodos estadísticos multivariantes para la investigación*. Lima: Cengage Learning.

Wakabayashi, José Luis (2015). Marca Chiclayo: El rol de la juventud en la generación de valor para la ciudad. Ponencia presentada en el *XXIII Conea*. Asociación Peruana de Ciencias Administrativas y Empresariales Nacional. Chiclayo, 26 de octubre.

Apéndices

Apéndice 1. Resumen de estadística descriptiva

Variable	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Género	Masculino	230	57,5
	Femenino	170	42,5
Ocupación	Dependiente	87	21,8
	Independiente	159	39,8
	Estudiante	100	25,0
	Ama de casa	41	10,3
	Sin empleo	6	1,5
	Jubilado	7	1,8
Zona de residencia	Urbana	288	72,0
	Urbano marginal	112	28,0
Edad	Mínimo	18,0	
	Máximo	76,0	
	Media	35,5	
	Desviación estándar	13,0	

Variable	categoría	Frecuencia	Porcentaje
Cambio	Tomando conciencia	132	33,0
	Empezar por educar a los niños	159	39,8
	Crear una nueva identidad	31	7,8
	Aplicar sanciones a los infractores	68	17,0
	Otros	10	2,5
Desarrollo sostenible	Nada importante	3	,8
	Poco importante	12	3,0
	Regular	51	12,8
	Importante	173	43,3
	Muy importante	161	40,3

Variable	categoría	Frecuencia	Porcentaje
Inclusión social	Nada importante	3	.8
	Poco importante	20	5.0
	Regular	59	14.8
	Importante	179	44.8
	Muy importante	139	34.8
Medio ambiente	Nada importante	1	.3
	Poco importante	5	1.3
	Regular	41	10.3
	Importante	154	38.5
	Muy importante	199	49.8
Desarrollo económico	Nada importante	1	.3
	Poco importante	6	1.5
	Regular	25	6.3
	Importante	153	38.3
	Muy importante	215	53.8
Desarrollo cultural	Nada importante	1	.3
	Poco importante	3	.8
	Regular	60	15.0
	Importante	195	48.8
	Muy importante	141	35.3
	Total	400	100.0

Apéndice 2. Guía de entrevista

Fecha:

Entrevistado:

Ocupación:

1. ¿Cómo sueña a Chiclayo dentro de 10 a 20 años para las próximas generaciones?
2. ¿Cómo materializar este sueño desde el hogar?
3. ¿Qué recomendaciones haría?

Apéndice 3. Encuesta

Objetivo: Recolectar información sobre las expectativas de desarrollo en la ciudad de Chiclayo

Instrucciones: Lea detenidamente las preguntas al encuestado y marque la respuesta obtenida. Repita la pregunta de ser necesario. Sea imparcial; no influya en la respuesta.

1. Género: A) Masculino B) Femenino
2. Edad: _____ años
3. Ocupación: A) Dependiente B) Independiente C) Estudiante D) Ama de casa E) Sin empleo F) Jubilado
4. Zona de residencia: A) Urbano B) Urbano marginal
5. Indique la percepción que usted tiene de la ciudad de Chiclayo

1 Poco importante.....5 Muy importante

Tránsito caótico					Tránsito ordenado
Deficiente limpieza pública					Eficiente limpieza pública
Inseguridad ciudadana					Seguridad ciudadana
Sin planificación de desarrollo urbano					Planificación de desarrollo urbano
Deficiencia en ornato y áreas verdes					Buen ornato y áreas verdes
Mala gestión pública					Buena gestión pública
Escaso desarrollo turístico					Gran desarrollo turístico
Comercio ambulatorio desordenado					Comercio ordenado

6. ¿Cuáles serían sus expectativas de desarrollo para los siguientes 20 años en la ciudad de Chiclayo?

1 Poco importante.....5 Muy importante

Tránsito caótico					Tránsito ordenado
Deficiente limpieza pública					Eficiente limpieza pública
Inseguridad ciudadana					Seguridad ciudadana
Sin planificación de desarrollo urbano					Planificación de desarrollo urbano
Deficiencia en ornato y áreas verdes					Buen ornato y áreas verdes
Mala gestión pública					Buena gestión pública
Escaso desarrollo turístico					Gran desarrollo turístico
Comercio ambulatorio desordenado					Comercio ordenado

7. Ese cambio, pensando en el futuro de Chiclayo dentro de 20 años, será posible

- A) Tomando conciencia
- B) Empezar por educar a los niños
- C) Crear una nueva identidad
- D) Aplicar sanciones a los infractores
- E) Otro:

8. Si usted fuera autoridad ¿Cómo solucionaría el principal problema de Chiclayo?:

Problema principal

Solución

9. El desarrollo sostenible de Chiclayo a futuro lo considera:

- A) Nada importante B) Poco importante C) Regular D) Importante E) Muy importante

10. La inclusión social de Chiclayo a futuro lo considera

- A) Nada importante B) Poco importante C) Regular D) Importante E) Muy importante

11. El desarrollo del medio ambiente de Chiclayo a futuro lo considera:

- A) Nada importante B) Poco importante C) Regular D) Importante E) Muy importante

12. El desarrollo económico de Chiclayo a futuro lo considera:

- A) Nada importante B) Poco importante C) Regular D) Importante E) Muy importante

13. El desarrollo cultural de Chiclayo a futuro lo considera:

- A) Nada importante B) Poco importante C) Regular D) Importante E) Muy importante

14. Recomendación para lograr el desarrollo sostenible de Chiclayo al futuro:

- A)
- B)
- C)
- D)

15. Recomendación para lograr el desarrollo sustentable de Chiclayo al futuro:

- A)
- B)
- C)
- D)

Muchas gracias, la encuesta ha terminado

Apéndice 4. Listado de entrevistados (expertos)

Nº	Nombre	Cargo	Código	Institución / Empresa
1	Mg. Francisco Baca Dejo	Profesor universitario	E1	Universidad de Chiclayo
2	Arq. Carlos Palomino Medina	Decano	E2	Facultad de Arquitectura, Urbanismo e Ingeniería Civil Universidad de Chiclayo
3	Arq. Carlos Paredes García	Decano	E3	Colegio de Arquitectos de Lambayeque
4	Ing. Manuel García Peña	Presidente	E4	Sociedad Nacional de Industrias Región Lambayeque
5	Dr. Pedro Torres Fernández	Vocero	E5	Movimiento Cívico «Chiclayano Despierta»
6	Fernando Noblecilla Merino	Periodista	E6	Programa Tv «Así Somos» Canal 21
7	Lic. Ruperto Arroyo Coico	Director	E7	Programa «Chiclayo al Día» Panamericana Tv
8	Mg. Luis Campos Contreras	Decano	E8	Colegio de Licenciados en Administración – Lambayeque
9	Mg. Jesús León Ángeles	Periodista y docente universitario	E9	Universidad de Chiclayo
10	Lic. Ángel Vallejos Pasco	Editor regional	E10	Diario La República
11	Dr. Víctor Anacleto Guerrero	Decano	E11	Colegio de Abogados de Lambayeque
12	Mg. Angélica Musayón Chira	Coordinadora	E12	Centro de Emergencia Mujer
13	Lic. Cecilia Ferré Calderón	Propietaria	E13	Centro Nutricional Nutrice

Apéndice 5. Listado de entrevistados (jefes del hogar, transportistas, estudiantes universitarios y otros)

Nº	Nombre	Cargo	Código	Institución / Empresa
1	Geraldine López	Estudiante universitaria	E1	Universidad de Chiclayo
2	Orlando Cruzado Navarro	Estudiante universitario	E2	Universidad de Chiclayo
3	Maity Crosby	Estudiante universitaria	E3	Universidad de Chiclayo
4	Lic. Juan Valderrama	Past presidente nacional de Jóvenes	E4	Club de Leones
5	Rosamaría Escuza Doig	Past presidente	E5	Rotaract
6	Daniela Jiménez Bonilla	Estudiante universitaria	E6	Universidad de Chiclayo
7	Ángel Ortiz	Estudiante universitaria	E7	Universidad de Chiclayo
8	Cecilia Cruzado Irrazabal	Estudiante universitaria	E8	Universidad de Chiclayo
9	Ronald Cruzado Irrazabal	Abogado colegiado independiente	E9	
10	Ercilia Irrazabal Ojeda	Dueña de negocio comercial	E10	Novedades Jarlin
11	Andrea Mendoza Mendoza	Estudiante universitaria	E11	Universidad de Chiclayo
12	Santos Tapia Fernández	Trabajadora	E12	Agro Pucalá
13	Cinthya Boulanger Chirinos	Estudiante universitaria	E13	Universidad de Chiclayo
14	Julio Boulanger Jaime	Trabajador	E14	Telefónica
15	Karls Torres Chirinos	Trabajador independiente	E15	
16	Diego Rojas Talledo	Estudiante universitario	E16	Universidad de Chiclayo
17	Fernando Seminario Zapata	Jefe de hogar	E17	
18	Lisbeth Alarcón Alvites	Estudiante universitaria	E18	Universidad de Chiclayo
19	María Alvites Saavedra	Trabajadora independiente	E19	
20	Aurora Alvites Saavedra	Ama de casa	E20	
21	Lourdes Noblecilla Chero	Estudiante universitaria	E21	Universidad de Chiclayo
22	Ana María Chero Tejada	Trabajadora	E22	Estudio Montenegro
23	Julia Rangel Ventura	Trabajadora en tienda de ropa	E23	Lady Posh
24	Olenka Malhaber Chirinos	Estudiante universitaria	E24	Universidad de Chiclayo
25	Henry Malhaber Díaz	Jefe de hogar	E25	
26	Jhon Facho Chirinos	Trabajador independiente	E26	
27	Sara Perales González	Estudiante universitaria	E27	Universidad de Chiclayo

Fecha de recepción: 27 de febrero de 2016

Fecha de aceptación: 22 de junio de 2016

Correspondencia: roggerpingo@gmail.com