



Entramado

ISSN: 1900-3803

comunicacion.ayc.1@gmail.com

Universidad Libre

Colombia

Murgueitio, Magdalida; González-Cabo, Verena

El territorio y su relación con las ventajas comparativas y competitivas en el municipio de
La Unión, Valle del Cauca, Colombia

Entramado, vol. 11, núm. 2, julio-diciembre, 2015, pp. 52-70

Universidad Libre
Cali, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=265443638005>

- ▶ 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 territorio y su relación con las ventajas comparativas y competitivas en el municipio de La Unión, Valle del Cauca, Colombia*

Magdalida Murgueitio

Magíster en Educación y Desarrollo Humano, Universidad de San Buenaventura, Cali - Colombia. Docente de tiempo completo de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Buenaventura. Cali, Colombia
mmurguei@usbcali.edu.co, magdalida@gmail.com

Verena González-Cabo

Doctoranda en Administración, Universidad del Valle, Cali - Colombia. Magíster en Administración de Empresas, Universidad del Valle, Cali - Colombia. Profesora Asociada a la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Buenaventura. Cali, Colombia
vgonzale@usbcali.edu.co, verenagon@gmail.com

RESUMEN

En el marco del proyecto de investigación denominado “Marketing Territorial, una alternativa para la competitividad y posicionamiento regional en los municipios de La Unión, Zarzal y Cartago durante el periodo 2012-2013” el objetivo principal es identificar las alternativas que promuevan la competitividad y el posicionamiento regional en los municipios de La Unión, Zarzal y Cartago, en el Valle del Cauca. La problemática se aborda con la triangulación de métodos, datos e investigadores. Se obtienen datos con diferentes técnicas e instrumentos como la observación no participante, la opinión de los habitantes, entrevistas semiestructuradas a funcionarios públicos y recopilación de datos estadísticos de los municipios en diferentes rubros; además del análisis de un equipo de investigadores de disciplinas como la Economía, la Contaduría, la Administración, la Ingeniería de Sistemas y la Educación. Los resultados indican que el aprovechamiento de las ventajas comparativas que el territorio brinda, así como la educación, la infraestructura y el apoyo administrativo del gobierno departamental juegan un papel importante en la potencialización de las ventajas competitivas del municipio. Se concluye que el marketing territorial es una herramienta para impulsar la competitividad, la cual se potencializa cuando existe la voluntad política de invertir en ella y de gestionarla.

PALABRAS CLAVE

Territorio, ventajas comparativas, ventajas competitivas, marketing territorial, competitividad.

CÓDIGOS JEL

M10, M50, M54

The territory and its relation to the comparative advantages and competitive in the municipality of La Union, Valle del Cauca, Colombia

ABSTRACT

Under the research project called “Territorial Marketing, an alternative to regional competitiveness and positioning in the municipalities of La Union, Zarzal and Cartago during the period 2012-2013” the main objective is to identify alternatives that promote competitiveness and regional positioning in the municipalities of La Union, Zarzal and Cartago, in Valle del Cauca. The issue is addressed in the triangulation

Recibido: 02/01/2015 **Aceptado:** 25/05/2015

* En el artículo se muestran resultados del proyecto de investigación presentado a la convocatoria interna 2012-2013 de la Universidad de San Buenaventura Cali denominado: Marketing Territorial, una alternativa para la competitividad y el posicionamiento regional en los municipios de La Unión, Zarzal y Cartago.

<http://dx.doi.org/10.18041/entramado.2015v1n2.22201> Este es un artículo Open Access bajo la licencia BY-NC-SA (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)

Cómo citar este artículo: MURGUEITIO, Magdalida y GONZÁLEZ-CABO, Verena. El territorio y su relación con las ventajas comparativas y competitivas en el municipio de La Unión, Valle del Cauca, Colombia. En: Entramado. Julio - Diciembre 2015 vol. II, no. 2, p. 52-70, <http://dx.doi.org/10.18041/entramado.2015v1n2.22201>

of methods, data and researchers. Data obtained with different techniques and instruments such as non-participant observation, the opinion of the inhabitants, semi-structured interviews with public officials and compilation of statistics of municipalities in different areas; plus analysis of a team of researchers from disciplines such as Economics, Accounting, Management, Systems Engineering and Education. The results indicate that the use of the comparative advantages that the country offers, as well as education, infrastructure and administrative support from the provincial government play an important role in the potentiation of the competitive advantages of the municipality. It is concluded that the territorial marketing is a tool to boost competitiveness, which is potentiated when there is the political will to invest in it and manage it.

KEY WORDS

Leadership, leadership model, organizational theories, followers, environment.

JEL CLASSIFICATION

M10, M50, M54

O território e sua relação com as vantagens comparativas e competitivas no município de La Unión, Valle del Cauca, Colômbia

RESUMO

No âmbito do projeto de investigação denominado “Marketing Territorial, uma alternativa para a competitividade e o posicionamento regional nos municípios de La Unión, Zarzal e Cartago durante o período 2012-2013”, o objetivo principal é identificar as alternativas que promovam a competitividade e o posicionamento regional nos municípios de La Unión, Zarzal e Cartago, no Valle del Cauca. A problemática é abordada com a triangulação de métodos, dados e pesquisadores. São obtidos dados com diferentes técnicas e instrumentos como a observação não participante, a opinião dos habitantes, entrevistas semi-estruturadas a funcionários públicos e coleta de informações estatísticas dos municípios em diferentes áreas; bem como da análise de uma equipe de pesquisadores de disciplinas como a Economia, a Contabilidade, a Administração, a Engenharia de Sistemas e a Educação. Os resultados indicam que o aproveitamento das vantagens comparativas que o território oferece, bem como a educação, a infra-estrutura e o apoio administrativo do governo departamental, desempenham um papel importante na potenciação das vantagens competitivas do município. Concluímos que o marketing territorial é uma ferramenta para impulsionar a competitividade, que é potenciada quando existe a vontade política de investir nela e gerenciá-la.

PALAVRAS-CHAVE

Liderança, modelo de liderança, teorias organizacionais, seguidores ambiente.

CLASSIFICAÇÕES JEL

M10, M50, M54

Introducción

Uno de los antecedentes de la investigación fue el proyecto denominado “Diseño y desarrollo de un Plan de Marketing Territorial como estrategia de fortalecimiento del desarrollo local en tres regiones de Colombia (Complejo Cenagozo de La Zapatosa, Hoya del río Suárez, Zona Norte del Valle del Cauca)”, de diciembre de 2011, gerenciado por Edwin Darío Gómez Parra, gerente de ADEL Metropolitana, con el apoyo de varias entidades nacionales e internacionales. Con estos indicios se examina el tema del marketing territorial asociado a la competitividad como alternativa para el posicionamiento regional (Hernández, Fernández & Baptista, 2010), donde es vital recoger las percepciones tanto de la población del municipio como de los diferentes funcionarios de las entidades gubernamentales, entre los que se destacan el alcalde, el secretario de Gobierno, entre otros, acerca de cuál es la imagen que proyecta el territorio que habitan y cómo esta imagen ayuda o no a potenciar las ventajas comparativas y competitivas de los municipios.

Por lo anterior, el carácter exploratorio de la investigación busca “examinar y familiarizarse con fenómenos relativamente desconocidos” (Hernández, Fernández & Baptista, 2010) de las variables que se definieron para este estudio que pretende como objetivo general, identificar las alternativas potenciales para la competitividad y el posicionamiento regional del norte del Valle del Cauca.

Para lograrlo, primero se examinan las ventajas competitivas/comparativas de la región y se pasa a lo descriptivo porque se pretende

(...) describir situaciones, contextos y eventos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan. Además de especificar las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, porque su objetivo

no es indicar cómo se relacionan éstas (Hernández, Fernández & Baptista 2010).

En este orden de ideas, los siguientes objetivos específicos son la caracterización de los procesos asociativos en torno a las cadenas productivas y de servicios, como también se describen los elementos culturales y simbólicos que permitan esbozar la identidad de esta región para finalmente determinar la conectividad/accesibilidad de la región norte del Valle del Cauca con la cuenca del Pacífico.

El artículo surge de la investigación “Marketing Territorial, una alternativa para la competitividad y el posicionamiento regional en los municipios de La Unión, Zarzal y Cartago”, pero para el desarrollo de este artículo solo se presentan resultados del municipio de La Unión, a partir de la premisa de considerar el marketing de territorio como herramienta para la competitividad y el posicionamiento de una región; si cuenta con indicadores como por ejemplo el aprovechamiento de los recursos naturales a través de la producción agrícola característica de este municipio, la educación y la infraestructura, entre otros, que son necesarios para que el marketing territorial potencialice las ventajas comparativas y competitivas de una región.

Se espera que los resultados de esta investigación tengan un impacto social y académico, puesto que el trabajo de campo arrojó la necesidad de acompañamiento a los pequeños empresarios en diferentes ámbitos: comercial, administrativo y contable, el cual sería orientado por la función sustantiva de proyección social de la Universidad, dirigido a las madres cabeza de familia, identificadas como la población más activa en el sector hortofrutícola, ya que ellas, a partir de su experiencia en el manejo de los cultivos, específicamente en el de la uva, son consideradas clave en el proceso productivo.

I. Lo metodológico

Los resultados obtenidos son producto de la triangulación metodológica: cruce de técnicas e información entre documentación oficial del municipio; entrevistas semiestructuradas con el alcalde, la dirección de la Unidad Municipal de Asistencia Técnica Agropecuaria (Umata), secretarios, líderes sociales, empresarios, gerentes y algunos trabajadores; y observación directa en la dinámica diaria de sus pobladores, además del registro fotográfico del municipio.

La investigación en sus inicios se propone exploratoria y termina como descriptiva, con un diseño por fases. Exploratoria porque la revisión de la literatura arroja algunos indicios de estudio en la zona norte del Valle del Cauca sobre el tema del marketing territorial y la competitividad, una de ellas es la iniciativa del plan BRUT, donde se vinculan varios

municipios como Bolívar, Roldanillo, La Unión, Toro y Argelia, unidos en el proyecto de

(...) construir una política pública de desarrollo local, en convenio con varias entidades como la Red Nacional de Agencias de Desarrollo Local - RED ADELCO y la participación de las administraciones municipales, Concejos, gremios, universidades, organizaciones empresariales y unidades productivas de los diferentes sectores económicos. (Gobernación del Valle del Cauca, 2014).

El alcance de la investigación, que pasa de exploratorio a descriptivo, se aborda con triangulación metodológica (Denzin, 1970, como se citó en Bericat, 1998) en cuatro niveles: de métodos, de datos, de investigadores y de técnicas, en la integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social.

- **De métodos:** Se abordan los métodos cualitativo y cuantitativo. En lo cualitativo porque se busca describir qué caracteriza a los municipios objeto de estudio, desde la visión del marketing territorial, desarrollo local y regional, competitividad y conectividad. En lo cuantitativo se miden estas dimensiones con indicadores económicos.
- **De datos:** Porque se cruzarán los datos surgidos a partir de diferentes fuentes primarias y secundarias (datos obtenidos de fuentes institucionales, académicas, funcionarios y población en general).
- **De investigadores.** Es interdisciplinaria porque el proyecto cuenta con profesionales de diferentes áreas del conocimiento, como contadores, administradores, economistas, educadores, ingenieros.
- **De técnicas:** Se empleó la observación no participante, la entrevista semiestructurada a los alcaldes, secretarios de gobierno, funcionarios responsables de algunas carteras importantes del municipio. Además, se complementó con un amplio registro fotográfico rural y urbano.

La ejecución de esta propuesta metodológica se plantea por fases.

Primera fase

Estado del arte en temáticas como marketing territorial, desarrollo local y regional, competitividad y conectividad. El ejercicio de vigilancia tecnológica realizado en bases de datos como Scopus arroja cuatro publicaciones del 2010 al 2013 en el tema de competitividad y marketing territorial; la primera, titulada “El diseño de la estrategia de marketing territorial en los principios de las políticas de clúster” por

Popkova, E. G., Dubova, J. I., y Romanova, M. K. (2013), en el World Applied Sciences Journal; la segunda, “La estrategia de desarrollo regional basada en marketing territorial (El caso de Rusia)” por Bagautdinova, N., Gafurov, I., Kalenskaya, N., y Novenkova, A. (2012), en el World Applied Sciences Journal; la tercera, “Imagen de una región como un factor clave para su competitividad” por Makarenko, M. V. (2012), en Actual Problems of Economics; y la cuarta, “Atracción de inversión como factor de aumento de competitividad territorial” por Gukaliuk, A. F., y Ivanovych, I. M. (2010), en Actual Problems of Economics.

En esta fase también se recopilan experiencias locales, nacionales e internacionales que permitan establecer un concepto propio de región. Los textos revisados corresponden a bibliografía actualizada, producto de investigaciones en estas áreas del conocimiento, como también a los documentos institucionales de los municipios.

Segunda fase

Se aplican entrevistas semiestructuradas según el perfil de las instituciones y del funcionario que suministra la información (secretario de Gobierno, secretario de Prensa, Alcalde, director de la oficina de la Umata y otros funcionarios disponibles en los días en que se hace el trabajo de campo). También se realizan entrevistas con familias, empresarios, trabajadoras de la uva, líderes sociales, algunas personas de la región. Así mismo, se efectúa una observación directa no participante de las temáticas referidas en el estado del arte, mediante la elaboración de una matriz para recopilar la información, complementada con el registro fotográfico de la región.

Tercera fase

Selección, categorización, análisis e interpretación de los datos obtenidos desde la perspectiva de triangulación metodológica, a partir de matrices, y la discusión entre el equipo de investigadores, con lo que se elabora el primer borrador de los resultados y las conclusiones de la investigación.

Cuarta fase

Socialización y discusión de resultados en eventos académicos e investigativos internos o externos. Es importante compartir los hallazgos con los actores participantes de la investigación, aspecto que está pendiente de realizar antes de cerrar el proyecto.

Quinta fase

Elaboración del informe solicitado por la Dirección de Investigaciones de la Universidad de San Buenaventura-Cali y

postulación de los productos de generación de nuevo conocimiento a revistas indexadas.

2. Resultados y discusión

Este apartado aborda cómo el territorio aprovecha algunas de sus ventajas comparativas y cómo estas pueden transformarse al agregarle valor para convertirlas en ventajas competitivas que potencien el municipio y la región mediante alianzas con algunos vecinos municipales, en un esfuerzo asociativo en el sector agroindustrial, turístico, ecológico y gastronómico. Para ello se analizó la producción agrícola del municipio, el factor de la educación, la oferta laboral y la infraestructura como sectores fundamentales para la competitividad de un territorio.

2.1. Caracterización del municipio

Aspectos generales

La subregión del norte del Valle del Cauca está conformada por 16 municipios: Alcalá, Ansermanuevo, Argelia, Bolívar, Cartago, El Águila, El Cairo, El Dovio, La Unión, La Victoria, Obando, Roldanillo, Toro, Ulloa, Versalles y Zarzal, para una extensión territorial total de 4.305 km², siendo el 19,44 % del total del departamento. Los municipios objeto de estudio para la investigación fueron Cartago, La Unión y Zarzal; para el presente artículo se escoge solo La Unión, como se mencionó anteriormente, porque presenta una connotación interesante en términos de la unidad de análisis.

El municipio de La Unión limita al norte con el municipio de Toro; al sur con Roldanillo; al occidente con El Dovio y Versalles; y al oriente con el río Cauca y los municipios de La Victoria y Obando. Su territorio se distingue por albergar dos unidades fisiográficas: una llana, que corresponde al valle del río Cauca, y otra montañosa, al oeste, que corresponde a la cordillera Occidental. Entre los accidentes geográficos se destacan los altos de La Cruz, Los Pájaros y Paramillo; las cuchillas de Carpintero, El Rodeo, La Meseta y La Sonora Sonora (Plan de Desarrollo del Municipio de La Unión 2012-2015).

La Unión es un municipio que tiene una extensión aproximada de 121 km², cuenta cerca de 37.703 habitantes, de los cuales 18.204 son hombres y 18.864 son mujeres, de acuerdo con el DANE, para el año 2014 (Ver Tabla 1, pág. 56). En cuanto a servicios públicos se cuenta con coberturas del 98% en energía eléctrica; 90% en acueducto; 42,33 % en gas y un 31 % en telefonía fija, según el DNP.

Sus actividades económicas se centran específicamente en lo agrícola y forestal, siendo esta la base económica de las familias. En las zonas de ladera hay cultivos de café, frutales

Tabla 1.

La Unión - Valle del Cauca. Total población entre años 2010-2020 pr

Años	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Total Población	34.623	35.221	35.826	36.444	37.068	37.703	38.351	39.005	39.658	40.333	41.013
Total Hombres	16.971	17.272	17.574	17.886	18.204	18.522	18.849	19.181	19.513	19.861	20.204
Total Mujeres	17.652	17.949	18.252	18.558	18.864	19.181	19.502	19.824	20.145	20.472	20.809

Fuente: Elaboración propia con base en el DANE

y hortalizas; cabe destacar que este municipio ha tenido vocación por el cultivo de la uva en su zona plana, aunque también se hacen presentes cultivos como maracuyá, melón, papaya, guayaba, entre otros. En menor proporción se encuentran cultivos de caña de azúcar, maíz, sorgo y algodón. Así mismo, se reconocen actividades de carácter pecuario, específicamente en ganadería, porcicultura, avícola y piscícola.

2.2. Comportamiento agroindustrial

De acuerdo con el Departamento Administrativo de Planeación del Valle del Cauca (2013), el Norte del Valle del Cauca presenta el siguiente comportamiento en el mercado laboral: Tasa Bruta de Participación (TBP) de 33,65 %, la Tasa Global de Participación (TGP) del 43,78 %, la Tasa de Ocupación (TO) del 49,37 % y la Tasa de Desempleo (TD) del 32,94 %. En cuanto al municipio de La Unión, en este se evidencia una TBP de 36,45 %, una TGP del 43,87 %, una TO del 39,71 % y una TD del 9,47 %, aunque el DANE considera que la TD es del 13 % para el municipio.

Es importante señalar que desde la TGP, entendida como la relación porcentual entre la población económicamente activa y la población en edad de trabajar, este municipio muestra un comportamiento muy cercano a la subregión, lo mismo se aprecia en la TBP; sin embargo, el desempleo -que es un indicador de comportamiento del mercado laboral- muestra una cifra de un dígito, muy por debajo de la cifra de la subregión; lo anterior es congruente con el trabajo de campo realizado en el municipio, pues se evidenció que gran parte de las familias se sostienen del cultivo de la uva en sus propias viviendas; es así como este producto se comercializa como fruta y a su vez se le agrega un valor dando como resultado vino artesanal, el cual se negocia en bajas escalas y no ha tenido un crecimiento industrial, como el que hace la empresa Casa Grajales S.A.

En entrevistas realizadas a varias familias de la zona, en el casco urbano, la gran mayoría coincide en que el cultivo de la uva es ancestral en el municipio y que muchos de los trabajadores que fueron retirados de la empresa Grajales conocieron el proceso del vino y es así como han podido fabricarlo de forma artesanal y comercializarlo en sus propias viviendas, como un mecanismo de conseguir recursos

para su sostenimiento, debido al desempleo generado años atrás porque gran parte de la economía urbana se sostenía del empleo generado por esta empresa, y el hecho de que se despidiera trabajadores en forma masiva años atrás afectó las dinámicas propias del municipio y deterioró el nivel de vida de sus habitantes.

En la parte agroindustrial se destacan cinco plantas procesadoras de productos agrícolas que demandan mano de obra calificada y no calificada como: Casa Grajales S.A. (productora de vinos y licores), Frexco S.A. (productora de pulpas y jugos), Frutícola Andina (pulpas y concentrados), Sabibway (productos capilares) y Alberto Aristizábal Compañía Limitada; esta última, por ejemplo, demanda mano de obra para la recolección, selección y empaque de fruta, específicamente la uva. Se observó que en la planta de producción la gran mayoría de personas que seleccionan y empacan la uva son mujeres, debido al delicado manejo que requiere este producto. En entrevista con uno de los propietarios de la empresa, este afirma que “las mujeres son clave en la selección de la fruta, puesto que esta fruta se daña con facilidad si es manipulada bruscamente” (Figuras 1 y 2, pág 57).

También se evidenció que el salario recibido por estas personas corresponde al día trabajado, no hay contratos formales establecidos; simplemente se ubica a las personas que ya tienen la técnica y se les informa que se presenten al día siguiente para realizar la actividad, lo que podría explicar la baja tasa de desempleo en el municipio.

En La Unión se encuentran otros cultivos de frutas y hortalizas diferentes a la uva, como por ejemplo guayaba, con una producción promedio cercana a las 4.500 toneladas en los últimos 10 años; y melón, con 8.850 toneladas en el 2011. Preocupa la caída en la producción que han sufrido frutas como el maracuyá: en el 2007 se produjeron 8.316 ton y en 2011 solo 948; se evidencia el mismo comportamiento en la producción de papaya, que al 2007 estaba en 30.800 ton y en el 2011 en solo 3.968 ton (Tabla 2, pág 57).

Con respecto a la producción de papaya, de acuerdo con el Departamento Administrativo de Planeación del Valle del Cauca (2013), todo el norte del departamento ha presentado una caída en este producto, es así como “... a pesar de esa buena dinámica presentada, el año 2008 se produce



Figura 1. Selección de la uva en la empresa Alberto Aristizábal Compañía Limitada.

Fuente: Trabajo de campo realizado por las autoras.



Figura 2. Empaque de la uva en la empresa Alberto Aristizábal Compañía.

Fuente: Trabajo de campo realizado por las autoras.

Tabla 2.

La Unión, Valle del Cauca. Frutas y hortalizas. Producción años 2001-2011 (ton)

Frutas y hortalizas	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Ají	-	-	-	195	270	-	-	-	-	-	240
Banano	89	112	145	86	232	253	242	259	242	251	233
Granadilla	224	322	280	280	280	-	-	-	-	-	-
Guanábana	69	102	138	195	93	93	93	62	83	83	42
Guayaba	1.604	1.895	2.811	3.575	4.800	4.800	5.550	5.602	5.880	6.285	4.692
Lulo	32	30	31	26	68	-	-	-	-	-	-
Mango	120	120	110	110	110	120	-	-	-	-	-
Maracuyá	2.824	10.131	9.177	2.874	3.360	4.200	8.316	5.999	5.292	2.626	948
Melón	8.262	11.581	10.459	6.191	6.764	6.840	8.740	8.740	3.440	4.160	8.850
Papaya	645	1.516	1.372	1.940	8.400	21.000	30.800	17.798	8.720	6.840	3.968
Pimentón	1.198	1.259	702	829	1.078	2.250	3.244	750	148	30	-
Pitaya	25	42	49	51	62	-	-	-	-	-	-
Tomate	762	377	379	540	555	555	375	375	-	-	285
Tomate de Árbol	108	580	64	68	-	-	-	-	-	-	-
Uva	3.785	4.331	5.451	5.231	12.350	15.200	19.000	20.000	23.980	21.880	9.504
Zapallo	410	2.194	2.798	215	400	400	396	345	-	-	241

Fuente: Elaboración propia, con base en Gobernación del Valle del Cauca, Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Estudios Socioeconómicos y Competitividad Regional.

un descenso del 18.8%, lo cual significó dejar de producir 10.535 toneladas menos que el año inmediatamente anterior y alcanzando una producción total de 45.400 toneladas producidas”, algunas de las razones que explican dicho comportamiento se debe a que en el Valle del Cauca se ha aumentado la pérdida de los suelos agrícolas debido al mal uso y manejo del suelo con grandes consecuencias como mermas en la biodiversidad, menores rendimientos agrope-

carios y forestales, que ponen de cierta forma en riesgo la seguridad alimentaria, no solo del departamento sino también de la nación (CVC, 2009, como se citó en Subdirección de Estudios Socioeconómicos y Competitividad Regional de la Gobernación del Valle del Cauca, 2013).

Otra de las razones que puede explicar el bajo desempleo del municipio frente a la subregión son los empleos direc-

tos e indirectos que pueden generarse en la producción de frutas, tal como lo afirma la Guía Ambiental Hortícola de Colombia (2009):

Colombia cuenta con 319.492 fruticultores, que cultivan un total de 220.623 hectáreas (0.65 hectáreas por productor, incluyendo pequeños, medianos y grandes). Los frutales generan en promedio 0.64 empleos directos por hectárea, y 2.3 indirectos en actividades como la cosecha, clasificación, distribución de la fruta en puertos, aeropuertos, galerías, tiendas, restaurantes, centrales de abastos, supermercados, instituciones y detallistas, así como en los procesos de transformación agroindustrial y en las actividades relacionadas con la exportación.

No obstante, es importante resaltar que La Unión se ha destacado por ser uno de los municipios que contribuye con la producción de frutas al departamento, esto sin lugar a dudas garantiza la seguridad alimentaria de la población, pero preocupa que en los últimos años frutas como la granadilla, el mango, el lulo, la pitahaya y el tomate de árbol ya no se siembren en el territorio; esto tiene una correlación directa con el empleo, puesto que cada hectárea sembrada de frutas genera mucho más empleo que una hectárea sembrada de caña. Adicionalmente, algunas de las personas entrevistadas manifestaron que dentro de las razones por las que estos cultivos vienen desapareciendo están: a) Los altos costos de los insumos como, por ejemplo: fertilizantes, fungicidas, insecticidas, entre otros, lo que repercute en la rentabilidad, haciéndola cada vez más baja; b) Otras personas, oriundas de la región, consideran que la llegada del cultivo de la caña de azúcar en reemplazo de estos frutales, en los últimos años, ocasionó menores oportunidades laborales en cultivos tradicionales tanto de frutas como de hortalizas; c) La falta de capacitación, asistencia técnica y acompañamiento de la Umata, lo que ha llevado a la pérdida total de la producción de varios de sus productos, específicamente por el desconocimiento en el manejo de ciertas plagas que han atacado los cultivos; sumado a lo anterior, los

factores climáticos, como el fuerte invierno que en el año 2011 trajo consecuencias nefastas para los cultivos, puesto que el río Cauca se desbordó y la zona plana en donde se cultivan ciertas frutas resultó anegada, con la pérdida de la totalidad de los cultivos.

Acorde a lo manifestado por los entrevistados en el trabajo de campo, la producción de caña en el municipio presenta una tendencia creciente frente a los demás cultivos permanentes, tal como se muestra en la Tabla 3. Esto no solo preocupa a la comunidad sino al alcalde Carlos Eugenio Rivera Ospina, quien en entrevista realizada expresó que pretende, como parte de su gestión, restaurar los cultivos de frutales tradicionales en la zona rural y darle oportunidad al municipio de aprovechar el factor por el que tradicionalmente ha sido reconocido y es el cultivo de la uva y la producción de vino, lo que se logrará a través de un parque temático en torno a este cultivo.

En revisión del Plan de Desarrollo del Municipio 2012-2015 “La Unión en buenas manos” se hace referencia a varios aspectos, entre los que se destaca el reconocimiento como uno de los municipios hortofrutícolas del país; no obstante, el cultivo de la caña de azúcar pasó de 726 hectáreas en el 2001 a 1.300 en el 2011 (64.827 toneladas en el 2001 a 148.465 toneladas en el 2011, de acuerdo con cifras de la Subdirección de Estudios Socioeconómicos y Competitividad Regional (2013). También, como lo muestra la Figura 3, (ver pág. 59) de acuerdo con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, el Valle del Cauca pasó de producir 1.863.703 toneladas caña de azúcar en el 2001 a 16.649.142 en el 2012, lo que la ha catapultado a participar con el 77,3 % de la producción de caña de azúcar en todo el país, siguiendo con poca participación los departamentos del Cauca, con un 19,2 %; Caldas con un 1,6 %; y Risaralda con un 1,1 %.

Así las cosas, el municipio requiere de un plan estratégico que potencie el cultivo de la uva, se reconoce, no solo en La Unión sino en todo el departamento, como base de su

Tabla 3.

La Unión, Valle del Cauca. Cultivos permanentes. Producción años 2001-2011 (ton)

Frutas y hortalizas	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Cacao								2	5	585	559
Café	744	738	594	575	611	468	466	345	528	378	195
Caña de azúcar	64.827	78.738	71.544	75.820	96.917	121.800	121.800	108.996	121.040	122.935	148.465
Caña panelera	340	340	340	510	510	870	840	840	760	543	
Plátano	781	590	653	673	673	550	550	299	173	230	299

Fuente: Elaboración propia, con base en Gobernación del Valle del Cauca, Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Estudios Socioeconómicos y Competitividad Regional.

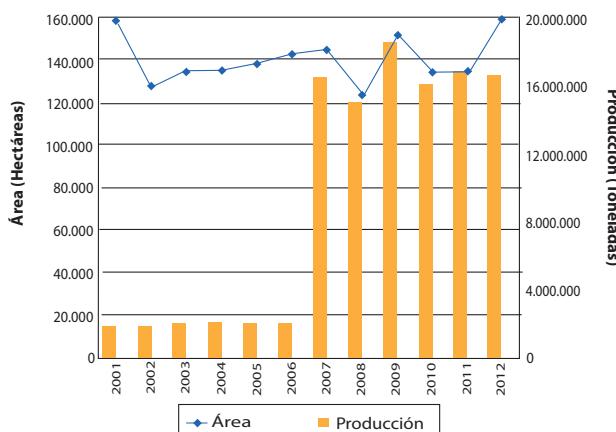


Figura 3. Producción de caña de azúcar en el departamento de Valle del Cauca, 2001-2012 (Área cosechada y producción).

Fuente: Agronet, con base en las Evaluaciones Agropecuarias Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

economía, ya que este municipio contribuye con el 65 % del total de la producción en la subregión, le sigue el municipio de Toro, con el 33 %, y Roldanillo, con el 1 %. En la Figura 4 se evidencia que este cultivo, en cuanto a hectáreas sembradas, viene cayendo en los últimos años, lo cual ratifica que el cultivo de la caña de azúcar se está posicionando en el norte del Valle del Cauca.

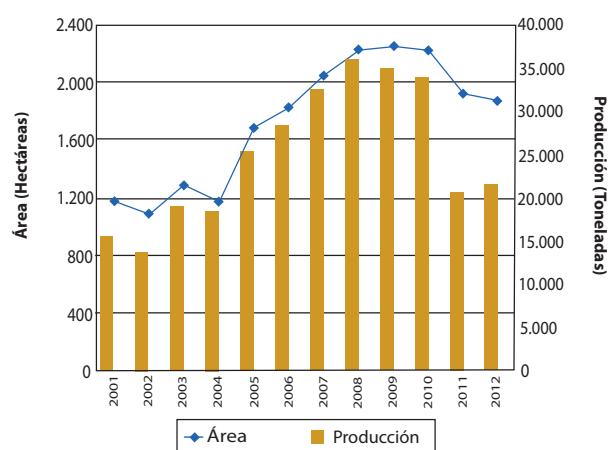


Figura 4. Producción de uva en el departamento de Valle del Cauca, 2001-2012 (Área cosechada y producción).

Fuente: Agronet, con base en las Evaluaciones Agropecuarias Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

Por otra parte, en entrevistas con representantes de las Juntas de Acción Comunal (JAC) del municipio, algunos de ellos reconocieron los esfuerzos de muchas de las asociaciones que se han creado con el correr de los años en pro de sacar el municipio adelante, pero lamentablemente muchas de ellas no han prosperado por los intereses particulares de al-

gunas personas, específicamente por el manejo político que se les ha dado. Aquí es importante resaltar que muchas de estas JAC que se encuentran en el área rural y urbana, tienen un objetivo común: que se reconozca a La Unión como “paraíso de fuentes agrícolas, pecuarias y hortofrutícolas”, pero creen que el camino no es fácil y que se ha venido perdiendo el sentido de pertenencia por parte de sus habitantes, que falta una mayor sensibilización en la conservación del medio ambiente y mejorar la formación en los procesos de manejo de cultivos, comercialización, distribución, entre otros, que ayudarían a la población a mejorar su nivel de vida. También manifiestan la falta de compromiso de algunas administraciones locales que no las tienen en cuenta en los procesos de planeación del municipio. Entonces, sin la debida articulación entre todos los agentes económicos del territorio, los esfuerzos que se hagan serán desgastantes y en cierta medida los resultados esperados no serán visibles para la comunidad.

También se evidenció el trabajo que viene realizando la Asociación de Usuarios del Distrito de Adecuación de Tierras de los municipios de Roldanillo, La Unión y Toro, (Asorut), con la Corporación Autónoma Regional del Valle (CVC) y la Universidad del Valle, puesto que, debido la ola invernal que azotó al departamento en el 2011 y que afectó considerablemente a las zonas planas de la región y del municipio, realizaron estudios que determinaron las obras de rehabilitación y mejoramiento del dique marginal y de protección de las orillas del río Cauca en este Distrito. Lo anterior beneficia a muchos campesinos y empresarios, dándoles garantías en cuanto a sus cultivos y la seguridad de empleo e ingresos que se perdieron con el fenómeno ambiental de hace tres años.

2.3. La educación y la oferta laboral

La oferta educativa consta de seis (6) instituciones educativas, según el portal oficial del municipio; sin embargo, al revisar el directorio público de las entidades educativas se encuentran un poco más de veinticinco (25) alternativas para una población de 35.229 habitantes, con un 78 % en el casco urbano y el 22 % en el rural (Plan de Desarrollo 2012-2015, “La Unión en buenas manos”). (Ver Tabla 4, pág. 60).

Según el diagnóstico realizado para el Plan de Desarrollo Educativo Municipal (s.f), se detectan dos debilidades: la primera, “No hay un proyecto institucional educativo a nivel municipal que haga el trabajo unificado teniendo en cuenta las necesidades y expectativas que presenta nuestro entorno”; y la segunda, se requiere “Reestructurar la educación a nivel municipal, buscar la creación de centros de estudios superiores para hacer continuidad con el proceso de formación tecnológica y profesional y/o ubicación de estas universidades”.

Tabla 4.

Instituciones educativas en el municipio de La Unión

Institución educativa	Modalidad	Carácter	Área
Institución Educativa Quebradagrande	Comercial	Pública	Rural
Institución Educativa Magdalena Ortega	Agrícola	Pública	Urbana
Institución Educativa San José	Comercial	Pública	Rural
Institución Educativa Juan de Dios Girón	Electrónica aplicada a reparación de computadores	Pública	Rural
Instituto Técnico Diversificado Grajales	Agroindustrial	Privada	Urbana
Institución Educativa Argemiro Escobar Cardona	Media técnica agroindustrial	Pública	Urbana

Fuente: Elaboración propia, con base en el portal oficial del municipio.

Además se afirma en este documento que el nivel de profundización es mínimo y no ofrece las competencias necesarias para que los jóvenes puedan considerar la educación como la vía para buscar mejores potencialidades para su futuro; lo anterior puede explicar la deserción escolar, las deficiencias en el aprovechamiento del tiempo libre donde se ven abocados al consumo de drogas y embarazos a temprana edad, entre otros flagelos.

Otro aspecto que preocupa en el ámbito educativo es que “el municipio no ha formulado ni ha implementado el Plan Decenal de Educación” (Plan de Desarrollo, 2012). Como efecto de esta decisión, los resultados obtenidos en las pruebas Saber (evaluaciones que se presentan al terminar quinto y noveno grado de escolaridad para evaluar la calidad de la educación recibida en términos del cómo se aplica al mundo real lo aprendido) son insuficientes en todas las categorías, este es un reto para la administración municipal, que incluye: mejorar la cobertura, la calidad y la diversificación de la oferta, atemperada a las necesidades del municipio y conforme a lo esperado de las nuevas generaciones.

Si las bases educativas son deficientes, como lo afirma el Plan de Desarrollo Educativo Municipal (s.f) ¿cómo esperar la vinculación y permanencia en la educación superior?, máxime cuando estas posibilidades son escasas y dependen de los municipios vecinos como Roldanillo, mediante el Instituto de Educación Técnica Profesional (INTEP), Zarzal y Cartago; estas dos últimas cuentan, cada una, con una sede regional de la Universidad del Valle donde ofrecen programas similares: Administración de Empresas, Contaduría Pública, Trabajo Social y Tecnología en Electrónica; otras alternativas educativas están en Buga: las licenciaturas en Historia, Literatura, Música y Dirección Turística Hotelera; Psicología; o en Cali, con sus facultades y programas en Artes Integradas, Ciencias de la Administración, Ciencias Naturales y Exactas, Ciencias Sociales y Económicas, Humanidades, Ingeniería y Salud. Como también los institutos en Psicología, Educación y Pedagogía. La búsqueda de otras ofertas educativas motiva la permanente migración de las nuevas generaciones.

La oferta educativa más reciente es la solicitud de oferta curricular No. 1-2014 presentada por Unión Temporal Alianza Educativa Técnica y Tecnológica del Norte del Valle, en febrero de 2014, cuyo objetivo es:

Diseño/rediseño de la estructura curricular de cuatro (4) programas de formación técnica profesional, dos (2) programas de formación tecnológica, por ciclos secuenciales y complementarios (propedéuticos) por competencias, para los sectores agroambiental y turismo, dentro del marco de la alianza educativa técnica y tecnológica del norte del Valle.

En esta oferta curricular se justifica la intencionalidad de la misma y se evidencia el esfuerzo colectivo de varias entidades educativas y gubernamentales por ampliar el espectro formativo que ayude a alcanzar los objetivos propuestos para el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes; sin embargo, La Unión no se sumó a esta iniciativa.

Con el panorama anteriormente descrito en el ámbito educativo, se trae a discusión la postura de Peter Drucker (1994) al afirmar que la aplicación de los conocimientos es la base para la productividad y la innovación. ¿Cómo alcanzar la productividad y la innovación con una oferta educativa insuficiente a las necesidades del municipio? Por otro lado, en la Agenda Interna del Valle del Cauca (2007) se manifiesta que la competitividad está relacionada “...con múltiples factores que condicionan el desempeño de las actividades productivas, como la infraestructura, los recursos humanos, la ciencia y la tecnología, las instituciones, el medio ambiente y el entorno macroeconómico”.

Con estos dos referentes La Unión enfrenta un desafío importante por cuanto las ofertas educativas en el nivel tecnológico y universitario dependen del portafolio educativo de regiones vecinas. Dependencia que acarrea personal con una cualificación poco idónea para ofertas laborales técnicas y especializadas en el sector agroindustrial, teniendo en cuenta que es la mayor fuente de la economía municipal.

En entrevista con el alcalde, en agosto del 2013, él manifiesta que una de sus preocupaciones es el futuro de los jóvenes y las buenas costumbres de la población que datan de los ancestros y que giran alrededor de los valores familiares y el amor por el campo. Este interés quedó plasmado en el Programa de Gobierno 2012-2015: "Fomentaremos el diálogo, la tolerancia, la convivencia y la unidad familiar, con un programa de gobierno incluyente en lo cultural, recreativo, deportivo y social". Al revisar sus propuestas educativas se encuentra que las problemáticas referidas en el Plan de Desarrollo Educativo Municipal (s.f.) por su antecesora continúan sin resolver; por ejemplo, ver la educación como un gasto y no como inversión debido a las propuestas educativas poco atractivas y consecuentes con las necesidades de la población. Se suma la baja probabilidad de continuar con estudios superiores porque deben trasladarse a otros municipios y los costos en desplazamiento, matrícula y demás son altos frente a los ingresos promedio de \$338.403, según el informe del Boletín Socioeconómico de la Subregión Norte No. 2, de julio 2013.

Este escollo es difícil de superar, con una mano de obra con serios limitantes en su formación educativa, con un 19,5 % de la población en la pobreza y un 18,5 % con necesidades básicas insatisfechas (Plan de Desarrollo 2012-2015); por tanto, la propuesta educativa de la alcaldía de este mismo periodo en su Programa de Gobierno¹ tiene un desafío para el cumplimiento de las catorce propuestas que a continuación se detallan y demuestran un esfuerzo por mejorar lo existente en términos administrativos, pero no en ampliar la oferta educativa contextuada a la realidad del municipio; solo resta esperar que la Unión Temporal Alianza Educativa Técnica y Tecnológica Norte del Valle ofrezca los cuatro programas en el sector agroindustrial y turístico:

- "Disponer para las Instituciones educativas la utilización coordinada de los medios culturales y deportivos con los que cuenta el municipio.
- Fomentar la participación de las instituciones educativas en el desarrollo de actividades sociales, recreativas y deportivas en el municipio.
- Mejorar las locaciones físicas de las instituciones educativas, así como mejorar su logística, ciencia y tecnología en bien de la comunidad estudiantil.
- Definir con representantes de la educación, la salud y el gobierno el tema de la inversión de los recursos de los restaurantes escolares.
- Firmar los convenios de educación, escolar con los centros de enseñanza privados del municipio, que se encuentran debidamente aprobados.
- Ejercer mayor control social, fiscal y político al seleccionar, trasladar o reubicar a los educadores del departamento.

- Crear un comité local de educación que integre personalidad, comisaría, bienestar familiar, directivos, educadores y padres de familia para atender los problemas de comportamiento social y rendimiento académico originado en la desatención por parte de los padres de familia o acudientes.
- Establecer controles en los establecimientos educativos contra la prostitución, drogadicción, alcoholismo y violencia, fomentando programas de prevención y corrección.
- Identificar las causas de la deserción escolar tanto urbana como rural para buscar y aplicar alternativas de solución.
- Realizar la infraestructura física en las instituciones educativas para atender niños con necesidades especiales.
- Solicitar el nombramiento de personal docente cualificado para el manejo de los niños especiales.
- Generar proyectos y actividades en las instituciones que propicien la enseñanza-aprendizaje de un segundo idioma.
- Facilitar el transporte escolar para el sector universitario (municipios de Roldanillo y Zarzal).
- Garantizar el transporte escolar para las instituciones educativas locales".

De las 14 propuestas anteriores, la 8 y la 9 son las que deberían ejecutarse prioritariamente para contribuir a resolver las mayores problemáticas sociales y productivas del municipio. Porque la ejecución de la propuesta 9 arrojará luces sobre el por qué desertan de la escuela, lo que permitirá indagar sobre la calidad de la educación, y establecer programas de mejoramiento encaminados a obtener resultados más satisfactorios en las pruebas Saber. Con programas académicos de calidad y con ofertas atractivas para los jóvenes estos estarían ocupados estudiando algo de su interés, que les permita abrirse camino para concretar su proyecto de vida, lo cual quizás pueda alejarlos de las problemáticas referidas en la propuesta 8 alrededor de la prostitución, las drogas y la violencia. Lo anterior se complementaría con mejores condiciones laborales que el territorio les brinde.

Si el talento humano de este municipio tiene deficiencias en su formación educativa, ¿cómo se enfrenta al mercado laboral? Como se puede observar, los datos arrojados en el Boletín Socioeconómico de la Subregión Norte No. 1 de julio 2013 con corte al 2012 referido a la participación laboral donde los indicadores Tasa Bruta de Participación (TBP), Tasa Global de Participación (TGP), Tasa de Ocupación (TO) y Tasa de Desempleo (TD) son superiores a la tasa de la subregión en los dos primeros indicadores e inferiores en los dos restantes (Tabla 5, pág. 62).

Tabla 5.

Indicadores del mercado laboral

	TBP (%)	TGP (%)	TO (%)	TD (%)
La Unión	36,45	43,87	39,71	9,47
Subregión norte	33,65%	43,78%	49,37%	32,94%

Fuente: Boletín Socioeconómico de la Subregión Norte No. 1 de julio 2013

El Boletín Socioeconómico de la Subregión Norte No. 2 de julio 2013 aborda los retornos de la educación y la segmentación del mercado laboral con corte al 2012 e indica que los ingresos son más altos para quienes tengan mayor nivel educativo. Esta afirmación podría modificar la creencia de los habitantes de La Unión, quienes consideran la educación como un gasto sin retorno económico (Plan de Desarrollo Educativo Municipal, s.f.) y quizás sea motivo de reflexión para mejorar la oferta educativa impartida. Si la tasa de retorno se vuelve atractiva, los jóvenes y adultos aportarán a la economía de la región y este podría ser un indicador positivo frente a la deserción escolar. Aunque una de las conclusiones de este boletín No. 2 es que “el mercado laboral en la Subregión Norte del Valle del Cauca efectivamente presenta segmentación intrarregional, segmentación asociada con la cualificación del capital humano y posiblemente una segregación por género”, lo que indica es que los empleos generados en el municipio son poco rentables en comparación con los ofrecidos por los municipios de Zarzal y Roldanillo, que sobrepasan los \$400.000.

La “ posible segregación por género” referida en el anterior párrafo, es una condición negativa para las madres cabeza de familia, que representan un porcentaje significativo en la composición de la estructura familiar del municipio, porque son ellas las responsables del sustento familiar, lo cual hace difícil su ingreso y permanencia en la educación.

¿Cómo está La Unión frente a la subregión Norte? En cuanto al promedio de ingreso salarial es superior (\$338.403) al subregional (\$251.972); la tasa de desempleo pasó de un 13 % en el 2011 a un 9,47 % en el 2013, frente al 32,94 % de la subregión; sin embargo, sigue una tendencia negativa con un coeficiente sin corrección de -0,051246 y con corrección de 0,09804 según la ecuación minceriana simple con efectos locales expuesta en el Boletín Socioeconómico de la Subregión Norte No. 2 (2013). Si educación y mercado laboral continúan ampliando la brecha, la ventaja competitiva/comparativa del sector agroindustrial, turístico, ecológico y gastronómico presentará dificultades para desarrollarse y ofrecer los ingresos requeridos a la economía de la región y muy específicamente al municipio. A lo anterior se suma el factor político administrativo, el carecer de certificación en el ámbito educativo y la poca cobertura en conectividad (tecnologías de la información y la comunicación TIC).

El Boletín Socioeconómico de la Subregión Norte No. 3 (Julio 2013) frente a la caracterización socioeconómica, indica una población de 35.221 habitantes con una tasa de participación del 0,8 % en la subregión (2013) representada por un 49 % de hombres y un 51 % de mujeres (2013) agrupados en tres grandes grupos: caucano, paisa y mixto, por las altas tasas migratorias y, como lo indica este boletín, es más la población recibida que la expulsada en una relación aproximada de 800/600 (2013). Otro aspecto por revisar es el porcentaje de necesidades básicas insatisfechas NBI con corte al 2005: alrededor de la vivienda (47 %); servicios públicos (1,2 %); hacinamiento (5,3 %); inasistencia escolar (1,4 %); dependencia económica (10,8 %); cabecera municipal (16,2 %) y el resto (25,6 %). Por otro lado, de los 35.221 habitantes 30.114 son beneficiarios del Sisbén, con corte al 2012.

Estos datos se leen a la luz de las ventajas comparativas y competitivas de La Unión a partir de la educación e indicadores como edad, sexo, número de habitantes, nivel educativo. A lo anterior se suman los datos en el Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015, que indica una población en edad escolar de 7.733 matriculados en los niveles de pre-jardín a media técnica, de los cuales 7.039 están distribuidos así: pre-jardín 73; transición 523; primaria 3.090; secundaria 2.427; media 926; le queda una población de 694 personas fuera del sistema escolar.

Si se estiman las deficiencias educativas descritas en el municipio, estas seguirán hasta tanto el municipio logre los recursos para cubrirlas considerando que el Informe Nacional de Competitividad 2012-2013 2013 (Consejo Privado de Competitividad, 2012, p. 26) señala que:

Si bien el gobierno nacional es el que formula y regula la política educativa, la responsabilidad del servicio no recae exclusivamente ‘sobre sus hombros’. En el marco de la Ley 715 de 2001, el nivel central trasladó competencias específicas en materia de educación a los gobiernos locales e, incluso, directamente a las instituciones educativas. Así, las entidades territoriales, tanto certificadas como no certificadas, tienen la obligación de administrar el servicio educativo y garantizar condiciones de cobertura, calidad y eficiencia. Los departamentos,

además, están obligados a prestar asistencia técnica, financiera y administrativa a sus municipios en estas materias.

Así las cosas, las tendencias políticas definen la asignación de recursos y alianzas y, en palabras de su alcalde en entrevista concedida al equipo de investigadores de este proyecto: “en términos administrativos no se sienten identificados ni respaldados”. Porque este municipio, como otros en la región, depende en gran medida de las alianzas entre homólogos, para sacar adelante propuestas conjuntas que les permitan cumplir con el programa de gobierno al que se comprometieron. En esta zona del departamento, el factor político juega un papel fundamental en la cultura del territorio, al punto de ser preferentes de acuerdo con su filiación política, lo que determina otros espacios del quehacer cotidiano.

2.4. Infraestructura

Hablar de infraestructura en el municipio, y para esta investigación, es analizar aspectos como el transporte y la logística, la tecnología de la información y las comunicaciones TIC, los servicios públicos y los permisos de construcción.

Según el Programa de Gobierno 2012-2015 la infraestructura se considera “guía del desarrollo y crecimiento local” y para ello se han trazado proyectos como:

- “Ampliar la entrada del municipio conforme al acuerdo municipal.
- Mejorar la salida desde la Ermita hasta el round-point (sic).
- Programar la apertura y ampliación de vías municipales.
- Proyectar la apertura de la vía del par vial según el PBOT, acuerdo Concejo Municipal año 2000.
- Proyectar la ampliación de la carrera 15 hacia el sector de El Lucero con proyección hacia El Guácimo, uniéndola con la salida vieja al municipio de Roldanillo, Valle.
- Proyectar el puente de la carrera 17 hacia la calle 11 (Campo Alegre).
- Programar la apertura de la carrera 14 hacia el barrio la Ciudadela Grajales.
- Ampliar la vía desde el sector de Campo Alegre, hacia el sector de Pájaro de Oro.
- Programar la apertura de la carrera 12 hacia el barrio Las Brisas.
- Proyectar muros de contención y andenes para el sector de Bellavista.
- Presentar el proyecto para la reconstrucción de la vía Municipio de La Unión-La Victoria.

- Reestructurar la plaza de mercado.
- Revisar las normas sobre ocupación de espacio público.
- Proyectar la reubicación del Cuartel de la Policía (Ministerio del Interior).
- Realizar convenios de pavimentación de sectores con aportes de la comunidad.
- Ampliar las graderías del estadio municipal en dos módulos.
- Repotenciar el alumbrado del estadio municipal Benjamín Cardona Gordillo.
- Realizar un diseño para el Parque en el Barrio San Pedro, donde se tenga presente la realización de eventos religiosos, sociales, culturales y deportivos.
- Proyectar la construcción de la planta de tratamiento de aguas residuales del corregimiento de San Luis”.

El cumplimiento de los proyectos referidos a las vías puede potenciar el desarrollo y el crecimiento local a partir de su mayor ventaja comparativa: los recursos naturales, porque el mejoramiento de las vías agiliza el transporte y la logística de la producción del sector agrícola hacia los lugares de comercialización, y a costos razonables que redundarán en precios competitivos para las partes implicadas: el cultivador, el comerciante y el usuario final o consumidor. Además, porque las mejoras en las vías de acceso, rurales y urbanas, pueden reducir el papel del intermediario y así incrementar las utilidades de los productores.

Como se aprecia en las Figuras 5, 6 y 7 (pág. 63), las vías se encuentran en diferentes condiciones de asfalto y amplitud, como también de congestión y contaminación auditiva en la zona centro.

2.5. Conectividad vial

Las vías de la Troncal del Pacífico y Panamericana se encuentran en óptimas condiciones, lo cual favorece la ruta turística del BRUT y del Parque de la Uva, como también el servicio por varias empresas de transportes del municipio, entre ellas la Cooperativa de Transportes La Andina, fundada en 1944, con servicios intermunicipales a Cali, Pereira, Cartago, Tuluá, Roldanillo, Zarzal y Toro. Además del servicio de taxis urbanos, motocarros, microbús de servicio especial y transporte de carga.

En cuanto a lo correspondiente al sector Agua Potable y Saneamiento Básico (APySB), el Plan de Desarrollo del Municipio 2012-2015 presenta cifras de alta cobertura en la zona rural con Acuavalle S.A. E.S.P., y once proveedores en el área rural. En la Tabla 6 (pág. 63) se reúnen algunos indicadores básicos cuya fuente es el Plan de Desarrollo 2012-2015.



Figura 5. Parque Central en La Unión

Fuente: Trabajo de campo realizado por las autoras



Figura 6. Vivienda esquinera, en las afueras del municipio de La Unión

Fuente: Trabajo de campo realizado por las autoras.



Figura 7. Vía que comunica al corregimiento de San Luis, en La Unión

Fuente: Trabajo de campo realizado por las autoras.

Para la actual administración se prevé el respaldo a nueve planes habitacionales expresados en la construcción de viviendas denominadas urbanizaciones: Villa Nueva, El Rosario, La Flora, San Miguel (Los Hateños), Vendimi, La Ermita, El Prado, Portal de La Andina y Villa del Sol.

En cuanto a las TIC, en este aspecto el portal oficial del municipio presenta diferentes grados de desarrollo y actualización en la información, esta última varía del 2008 al 2011. Por otro lado, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (Mintic, 2013) indica que

el municipio ocupa el lugar dieciséis (16) de 42 municipios en el departamento del Valle y el lugar ciento cuarenta y tres (143) de 1.001 municipios en Colombia, lo cual evidencia debilidad en el acceso a nuevas tecnologías de apoyo al desarrollo competitivo.

En entrevista con el alcalde, afirma que las instituciones educativas han mejorado la cobertura en conectividad y dotación de computadoras, más en el ámbito urbano que en el rural. Aunque reconoce que aún el número de niños por computador no es el ideal, por lo que seguirá trabajando para ofrecer mejores condiciones para la educación de niños y jóvenes. Hasta hace poco, la cifra estimada se encontraba en 20 estudiantes por computador en la zona urbana y 7 en zona rural (Secretaría de Educación del Valle del Cauca, 2011).

2.6. Ventajas comparativas y competitivas del municipio

Para potenciar las ventajas competitivas y comparativas de un territorio se requieren varios aspectos; uno de ellos es el marketing territorial, centrado en la identidad que éste proyecta, vinculado con el grado de desarrollo de la infraestructura y logística del municipio como también del apoyo de la administración departamental, sujeta a la afinidad po-

Tabla 6.

Indicadores básicos del municipio de La Unión

Indicador	Zona urbana	Zona rural
Índice de cobertura del servicio de acueducto	96.30%	64%
Hora día de continuidad del servicio de acueducto	24 horas	24 horas
Índice de riesgo de calidad del agua (IRCA) para el servicio de acueducto	Sin riesgo de 0 a 5	>35 Riesgo alto
Índice de tratamiento de vertimientos	97%	58%
Índice de cobertura del servicio de aseo	99%	60%

Fuente: Elaboración propia, con base en el Plan de Desarrollo 2012-2015

lítica con la actual administración. Podría afirmarse que la voluntad política es uno de los factores influyentes en el desarrollo de la región. Al menos así lo demuestra la entrevista al alcalde cuando afirma que la comunidad unionense no se identifica ni se siente respaldada por la administración del Valle del Cauca. Es por ello que la filiación política, la vinculación del sector empresarial y la cualificación educativa son determinantes para potenciar la productividad del territorio, lo cual se traduce en desarrollo local.

La agroindustria y el trabajo asociativo

La Unión, como despensa hortofrutícola de uva, repollo, café, maíz, papaya, granadilla, mora, lulú, tomate de árbol, guayaba manzana, guayaba pera, guayaba coronilla y guayaba común, melón y cítricos, frutas y hortalizas en general, logró sobrevivir a la crisis jurídica de la Casa Grajales que por varios años se consideró motor de la economía local. Lo anterior ratifica una de las ventajas comparativas del municipio: el sector agroindustrial. Un ciudadano afirma que una de sus mayores fuentes de ingreso está en la venta de frutas, entre ellas se cuenta la uva. Dicha apreciación es confirmada por la dirección de la Umata cuando expresa que “la uva representa el ingreso diario de varias familias del municipio”; otra prueba de ello fue el recorrido urbano y rural y el registro fotográfico obtenido durante el trabajo de campo.

Desde el punto de vista de la competitividad y del marketing territorial, que respaldan el posible posicionamiento de la subregión y que beneficia al municipio de La Unión, se encuentran el BRUT (Bolívar, Roldanillo, La Unión, Toro más Argelia) y la marca “Norte del Valle próspero y diverso” generada por el Proyecto “Diseño y Desarrollo de un Plan de Marketing Territorial como estrategia de fortalecimiento del Desarrollo Local en 3 regiones de Colombia (Complejo Cenagoso de la Zapotosa, Hoya del río Suárez, Zona Norte del Valle del Cauca)”. Este estudio es realizado por ADEL Metropolitana, con el apoyo de la Unión Europea y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través del programa DELCO y de entidades colaboradoras como CISP, PNUD, RED ADELCO, y entidades locales como la Gobernación del Valle e infivalle. Estos planes de marketing se encuentran en la página web del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

La experiencia BRUT ha sido catalogada como uno de los logros que estos municipios han alcanzado en términos de región en el norte del Valle del Cauca, y que servirá para pensar desde las administraciones locales cómo mejorar su competitividad y potenciar sus capacidades productivas. Así queda evidenciado en el Plan de Desarrollo de La Unión 2012-2015:

(...) los propósitos de agenciar el desarrollo económico local, para lo cual se hace necesario diseñar

herramientas de gestión que desde la administración estructuren políticas y procesos que no solo garanticen, sino que estimulen e incentiven el desarrollo de las actividades comerciales y económicas. Ello contribuirá con el repunte de la competitividad local y la recuperación de las fuentes de empleo, mejorando las condiciones de vida de los pobladores en la medida que se supere la capacidad del poder adquisitivo.

El reconocimiento que la Gobernación del Valle del Cauca, así como la administración municipal de La Unión le dan a la región BRUT es plausible, pero se debe aceptar que estos esfuerzos se han dado de manera pausada, no se puede desconocer las problemáticas que ha tenido el departamento en cuanto a su liderazgo y dirección en los últimos años, esto sin lugar a dudas ha repercutido en la buena intención de estas apuestas de desarrollo local y regional que la subregión ha querido potencializar. Preocupa de manera significativa el desconocimiento que muchos de los entrevistados manifestaron frente a la sigla misma y frente a los logros alcanzados por esta experiencia. En tanto, se ratifica aún más la falta de apropiación de los habitantes frente a estos acercamientos, puesto que al revisar el documento del plan de marketing territorial para el norte del Valle del Cauca se encuentra lo siguiente:

(...) se concertó que toda la estrategia de marketing territorial tendría como punto de partida los avances del Plan de Turismo Región brut, que se ha ejecutado hasta el momento y por lo cual se han incorporado en el presente Plan, los elementos que en materia de promoción territorial y de turismo se han adelantado. Lo anterior ha dado como resultado un cambio importante en la denominación de la zona y la imagen corporativa, puesto que de manera concertada con los participantes en las diferentes mesas regionales y grupos focales, se acordó que el nombre Región BRUT (Bolívar, Roldanillo, La Unión y Toro) no incluye a todos los municipios de la zona, además no fue bien evaluado por el público externo (ADEL, 2012).

Dado lo anterior, las razones expuestas para justificar el plan de marketing en la subregión del norte del Valle del Cauca fueron la no inclusión de todos los municipios que abarcan la subregión y además que se hacía necesario contar con una marca positiva puesto que la percepción de narcotráfico e inseguridad han sido perpetuadas por personas ajenas al territorio. Definitivamente, el plan de marketing territorial en el norte del Valle del Cauca, de acuerdo con ADEL (2012), “es una herramienta en la gestión y promo-

ción de los atributos que cuenta la región y como estrategia de posicionamiento y diferenciación con otras regiones del país". Con ello se pretendía mejorar la competitividad, el reconocimiento de un territorio próspero y diverso que arrojaría mayores niveles de productividad y de crecimiento económico; esto se concreta en la visión que para el Norte del Valle del Cauca arrojó el estudio:

El Norte del Valle del Cauca quiere, a 2016, ser identificada a nivel interno y externo por ser una región: 1. Diversa, tanto por su vocación productiva, su oferta turística y cultural, como por la presencia de costumbres y tradiciones germinadas en la región por la presencia de inmigrantes. 2. Próspera, que crece día a día, no solo en aspectos productivos y económicos sino en términos de bienestar social incluyente. 3. Caracterizada por ser epicentro cultural del occidente del país y referente para poetas y artistas plásticos. 4. Con proyección nacional por ser región líder en el cultivo de hortalizas y frutales de calidad. 5. Cohesionada como región a través del turismo, sus cadenas productivas y el carácter amable y abierto de sus habitantes (ADEL, 2012).

También se evidenció y se pudo constatar cómo cada municipio ofrece alternativas turísticas, tal como se publican en diarios de amplia difusión como *El País* (2013):

- La Copa Mundial del Parapente RED BULL en el voladero de La Aurora, en Roldanillo. Además tiene una apuesta de articulación entre arte, con el Museo Omar Rayo, la ecología y la gastronomía impulsada por la Fundación Pacha Mama. Esta propuesta incluye un recorrido por los cultivos de la zona, el nacimiento del río Roldanillo en la cuenca hidrográfica Mateguadua y hospedaje en cabañas de guadua, apartamentos o viviendas campestres.
- Sobrevolar el municipio de La Unión en helicóptero desde el voladero Las Cruces, en el corregimiento de La Aguada; otra opción es un recorrido de dos horas guiado a caballo.
- Vivir la experiencia del cacao en el municipio de Toro; incluye cómo se cultiva, se recolecta, se procesa y se transforma en chocolate para luego llevarlo al consumidor final.
- Experiencia artesanal en la producción del vino, en Bolívar; no solo de uva sino también de lulo, maracuyá y mora. Otra oferta turística son las posadas que incluye un recorrido rural, hacer parte de las actividades diarias como el ordeño y preparar en leña de alimentos tradicionales.

- Argelia ofrece fincas de cultivo y recreo en un terreno montañoso, en medio de una cultura con conciencia ecológica altamente arraigada en sus pobladores.

Una de las alternativas del trabajo asociativo y de la voluntad política de los líderes del municipio de La Unión, es indiscutiblemente el Parque de la Uva, propuesta temática, agroindustrial y ecoambiental que está en la ruta turística del BRUT. Nuevamente el alcalde comenta que el proyecto se gesta en terrenos de Grajales, para potenciar la ecología, retomar las enseñanzas y el aprendizaje del cuidado de los cultivos y los animales, fomentar la investigación en niños y jóvenes, especialmente como semillero de las generaciones futuras.

El parque cuenta con una extensión de 3,2 kilómetros a pie y ofrece: agricultura limpia, zoológico: mariposario, aviario, búhos rapaces, felinos, guacamayas, avestruces; estación paraíso, centro de atención y valoración de flora y fauna CAV, trapiche, bosque de palmas, especies menores, vía láctea, invernadero, parque recreacional; cultivos de uva, carambolo, maracuyá, cítricos, museo de la uva y el vino y fábrica de vinos, según planos que reposan en los archivos de la Alcaldía municipal (Figura 8). A lo anterior se suman actividades educativas como, por ejemplo, educación ambiental, donde se pretende sensibilizar tanto a coterráneos como a visitantes frente a la cultura ambiental, la educación especializada donde ofrecen cómo rehabilitar la fauna y la flora y, claro está, las vacaciones recreativas con un enfoque ambiental, lúdico y recreativo, propuesta infaltable en un proyecto que busca integrar a las familias de propios y extraños y que además ayude a la economía de la región.

Este parque actualmente ofrece recorridos guiados y a pie por paquetes turísticos denominados el Pasaporte de la vid, el Pasaporte de la vid y el vino y el Pasaporte de la experiencia, esta última es una propuesta educativa por excelencia. En la Tabla 7 y la Figura 9 se presentan las diferentes propuestas turísticas que se realizan en torno al Parque de la Uva.

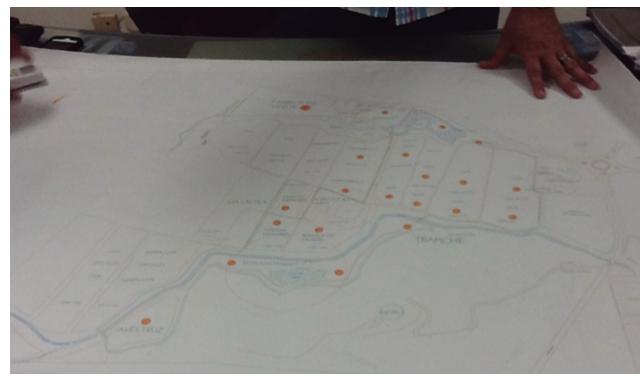


Figura 8. Plano del Parque de la Uva, Alcaldía del Municipio de La Unión
Fuente: Trabajo de campo realizado por las autoras

El Parque de la Uva es una evidencia de que el municipio le apuesta a explotar su mayor ventaja comparativa que es el sector agroindustrial (Figura 10) para transformarlo como ventaja competitiva turística, ecológica y gastronómica, siendo la uva el cultivo representativo como imagen reconocida, como polo para el desarrollo turístico y económico de La Unión.

Cuando se hizo un recorrido por el municipio se pudo observar que en las viviendas la venta de uvas, mermeladas, vinos caseros y otros productos son la fuente de ingresos de esta población (Figura 11, pág. 68s). Adicionalmente se recogieron opiniones de la comunidad referidas al cultivo de la uva que aún forma parte de los solares urbanos y rurales, aportando a la economía doméstica de la comunidad;



Figura 9. Plano del Parque Nacional de la Uva

Fuente: CBonlinecali.com http://www.cbonlinecali.com/wp-content/uploads/2014/06/MAPAPAGINAWEB_2.jpg

Tabla 7.

Propuesta turística del Parque de la Uva

Pasaporte de la vid	Pasaporte de la vid y el vino	Pasaporte experiencias
<ul style="list-style-type: none"> Visita al Parque: Mundo de la Vid, Mundo del Trapiche, Mundo del Café, Mundo Artesanal, Mundo Bovino, Mundo de Especies Menores, Mundo Equino, Mundo Hortofrutícola, Bosque Paraíso, Bohío Ecológico, Bosque de Palmas y Jardín Zen. Zoológico La Rivera Show de Chalanería (En Mundo Equino, 11:00 am y 4:00 pm) 	<ul style="list-style-type: none"> Visita al Parque: Mundo de la Vid, Mundo del Trapiche, Mundo del Café, Mundo Artesanal, Mundo Bovino, Mundo de Especies Menores, Mundo Equino y Mundo Hortofrutícola, Bosque Paraíso, Bohío Ecológico, bosque de Palmas y Jardín Zen. Zoológico La Rivera Show de Chalanería (En Mundo Equino, 11:00 am y 4:00 pm) Visita a la Fábrica de Vinos Casa Grajales S.A. Degustación de uvas y vino Transporte en chiva hasta la Fábrica. Salidas cada hora desde el Mundo Equino: Primera salida 11a.m. y última 4 p.m. 	<ul style="list-style-type: none"> Visita al Parque: Sendero y Mundo de la Vid, Mundo del Trapiche, Mundo del Café, Mundo Artesanal, Mundo Bovino, Mundo de Especies Menores, Mundo Equino y Mundo Hortofrutícola. Siga el sendero en el Bosque Paraíso y experimente la vivencia del Bohío Ecológico o recorra el Bosque de Palmas y su Jardín Zen. Zoológico La Rivera Refrigerio Visita a la Fábrica de Vinos Casa Grajales S.A. Degustación de uvas

Fuente: Elaboración propia, con base en el portal web del Parque Nacional de la Uva

así mismo, el frente de sus viviendas es el lugar para la comercialización de la vid y el vino de elaboración doméstica. Un litro de vino se vende entre \$14.000 y \$17.000 pesos colombianos, en pequeñas garrafas de plástico.

Lo anterior potencia la cultura empresarial de la localidad por la preservación y aprovechamiento de su riqueza en flora y fauna, cuyo mayor potencial son frutas, verduras y hortalizas, viñedos, acompañados de especies menores. Continuando con la ventaja comparativa de las frutas, en el mes de octubre de cada año celebran el Festival de la Uva y el Vino, como escenario para reafirmar su riqueza natural con diferentes expresiones culturales, deportivas, recreativas y musicales.



Figura 10. Cultivo de uva en La Unión .

Fuente: Trabajo de campo realizado por las autoras.



Figura 11. Comercialización en menor escala de productos de la uva

Fuente: Trabajo de campo realizado por las autoras

En gastronomía, sus pobladores conservan las recetas ancestrales y las producen en menor escala, siendo esta otra fuente de ingresos de las familias. Entre los productos gastronómicos más comercializados se encuentran: el sancocho de gallina en leña, el pandebono, el pandeyuca, las empanadas de cambray (son dulces), las empanadas de lechona (de sal), los bizcochuelos, la arepa y envueltos de choclo, los chiquichoques, los chorizos ahumados, la morcilla, la carne de res, cerdo o ternera ahumada. Se suma la variedad de dulces tradicionales: de guayaba, de papaya, el manjar blanco, de naranja agria, las cocadas, de grosellas, de yuca, la mermelada de guayaba, entre otros. En cuanto a bebidas, además del vino, se cuenta con dos muy exóticas y con propiedades afrodisiacas: el trabuco y el polvorete, siendo muy reconocidas por los habitantes del norte del Valle del Cauca.

3. Conclusiones

El municipio de La Unión se caracteriza por varios aspectos en lo territorial y en lo económico, que se presentan a continuación:

- Existe una gran vocación agrícola y pecuaria, ligada a actividades productivas reconocidas como la cadena productiva de la uva y la de los productos lácteos. Se observa el declive de cultivos transitorios, específicamente frutales y hortalizas, que están siendo reemplazados por cultivos permanentes como la caña de azúcar. Lo anterior permite establecer que el desarrollo ha estado basado en la explotación de recursos naturales a través de los años.
- La actividad industrial estuvo ligada a la Empresa Grajales, siendo el mayor demandante de mano de obra de la subregión y del municipio; debido a los procesos

legales de la misma y a la crisis financiera de años atrás, el desempleo contribuyó a la caída de los ingresos de las familias, así como al deterioro de la economía. Sin embargo, el aprendizaje en el cultivo de la uva así como sobre la producción del vino en dicha empresa fueron claves para que las familias soportaran sus gastos a partir de la comercialización tanto de la fruta como del vino en sus propios terrenos y viviendas.

- El sector de los servicios es otra de las alternativas con las que cuenta el municipio, enfocado principalmente al turismo, donde se aprovecha el reconocimiento a su cultivo ancestral que es la uva; de ahí se desprende el Hotel Los Viñedos, el Parque de la Uva, entre otros, siendo los mayores atractivos reconocidos por los turistas que se acercan a la región.
- El aparato productivo del municipio es poco diversificado y solo hasta ahora se puede pensar en una integración, debido a la dificultad que a través de los años han tenido por la crisis de la empresa principal, a la falta de articulación y efectividad de las diversas asociaciones no solo las de base, sino entre los diferentes municipios que conforman la subregión.
- A pesar de ser un municipio agropecuario, la mayor parte de la población se encuentra en la zona urbana; para el 2011 contaba con un 78 % de la población en la cabecera municipal y un 22 % en el resto; esto se respalda en los minicultivos que se encuentran en las terrazas de los habitantes, específicamente la uva para la fabricación de vino artesanal que comercializan en menor escala, así como algunos productos derivados de la vid.
- Desde el punto de vista de las conexiones, la llegada al municipio desde la ciudad de Cali representa aproximadamente 163 kilómetros, lo que equivale a más o menos dos horas y media de trayecto, mientras que desde Pereira, ciudad capital del departamento de Risaralda, hay solo 69 km que representan 1 hora y media en tiempo de desplazamiento. Lo anterior hace que las personas prefieran desplazarse a Pereira en vez de ir a Cali, producto de la escasa conexión con los proyectos que se puedan generar desde la administración departamental del Valle, que, según palabras de algunos entrevistados, los deja aislados de recursos y de iniciativas que estén dirigidas al fortalecimiento de la subregión.
- La competitividad de una región depende en grado sumo del nivel educativo de sus gentes, es por ello que los programas educativos deben estar orientados a formar técnicos, tecnólogos y/o profesionales con competencias para potenciar las ventajas comparativas y competitivas del municipio de La Unión; porque la aplicación del conocimiento al trabajo es la base de la

productividad y la innovación, como estas son decisivas para la creación de valor o riqueza de una región (Drucker, 1994).

- Una de las alternativas de productividad y creatividad es potenciar el turismo, las comidas típicas con recetas ancestrales que definen la cultura y costumbres de sus gentes, así como la riqueza hortofrutícola, más allá del Festival de la Uva y el Vino o el Parque de la Uva, con ofertas educativas que respondan a estas ventajas.
- En este sentido, el territorio de La Unión dice qué es (el ser del territorio); qué imagen proyecta (lo que el territorio dice de sí mismo); y lo que la gente cree que es, a partir de la representación mental que tiene del territorio (la percepción) (Boisier, 2006). El ser del territorio representa un territorio agropecuario donde se destacan los viñedos, cultivados en los patios traseros de las viviendas de sus pobladores. Sin embargo, se hace evidente el auge de la compañía Grajales, que desde 1944 empezó a cultivar y a comercializar la vid y posteriormente el vino; este último en 1977. En cuanto a lo que el territorio dice de sí mismo, proyecta una imagen de gente pujante, con influencia de la cultura antioqueña. En la tercera dimensión, referida a lo que el público que se relaciona con él cree que es, la percepción de la gente tiene que ver con la Casa Grajales, vino artesanal y el turismo.

Desde lo anterior se puede pensar que hay varias dificultades que como municipio podrían afrontar y que lo llevarían a ser competitivo:

- Aunque las vías del departamento se consideran bien señalizadas, con altas condiciones de acceso, visibilidad y mantenimiento permanente, las deterioradas vías internas generan costos adicionales para los campesinos y empresarios, esto lo que muestra es un déficit que afecta también al turismo y a los inversionistas que deseen llevar sus capitales. Por lo anterior, deben mejorar su conectividad vial interna, con mejores vías de acceso desde lo rural.
- Deben diseñar esquemas de asociatividad empresarial, tanto de las micro como de las pequeñas empresas, pero buscando que estas empresas se fortalezcan en su capacidad de reacción y de adaptación a las condiciones de los mercados nacionales e internacionales y que a su vez se contemplen estos mercados como la gran oportunidad para crecer económicamente, puesto que el Valle del Cauca tiene como uno de los sectores estratégicos lo hortofrutícola.
- Se deben reforzar las relaciones académicas con las universidades y centros académicos de la región, esto

con el fin de fortalecer la investigación científica y técnica para brindarles a los campesinos, agricultores y empresarios alternativas para la innovación de procesos, técnicas, control de plagas, gestión empresarial, entre otros, puesto que estos inconvenientes en el pasado les han generado la desaparición de sus cultivos transitorios.

- Los agricultores y empresarios deberán recibir capacitación en aspectos administrativos, contables y comerciales, que les permitan permanecer en el tiempo y ser competitivos, alcanzando mejores condiciones de vida y desarrollo personal y colectivo. Porque si a ellos les va bien, pueden generar otros empleos y así dinamizar la actividad económica. ■

Conflicto de intereses

Las autoras declaran no tener ningún conflicto de intereses.

Notas

1. Programa De Gobierno ¡La Unión En Buenas Manos! Eugenio Rivera, Alcalde 2012-2015. [en línea] 2012. Disponible en Internet: <<http://lau-nion-valle.gov.co/apc-aa-files/66383231663939633664633034616239/programa-de-gobierno.-eugenio-rivera.pdf>>

Referencias bibliográficas

1. ADEL. Proyecto “Diseño y Desarrollo de un Plan de Marketing Territorial como estrategia de fortalecimiento del Desarrollo Local en 3 regiones de Colombia (Complejo Cenagoso de la Zapotosa, Hoya del río Suárez, Zona Norte del Valle del Cauca)”. [en línea] 2002. [citado en marzo 25 de 2014] Disponible en Internet: <<file:///C:/Users/User/Downloads/Plan-de-Marketing-Territorial-del-Norte-del-Valle-del-Cauca.pdf>>
2. BAGAUTDINOVA, Nailya; GAFUROV, Ilishat; KALENSKAYA, Nataliya and NOVENKOVA, Aida. “The regional development strategy based on territorial marketing (the case of Russia)”. World Applied Sciences Journal, [en línea] 18: 179-184, 2012. [citado en agosto 28 de 2014] Disponible en Internet: <<http://www.idosi.org/wasj/wasj18%28Economics%2912/30.pdf>>
3. BERICAT, Eduardo. La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social. Significado y medida. Barcelona:Ariel, 1998.
4. BOISIER, Sergio (2006). La imperiosa necesidad de ser diferente en la globalización: el mercadeo territorial. La experiencia de las regiones chilenas. En: Territorios, Núm. 15, agosto-diciembre, 2006, pp. 71-85. [en línea] Universidad del Rosario. [citado en junio 2 de 2014] Disponible en Internet: <<http://redalyc.uuemex.mx/pdf/357/35711624005.pdf>>
5. BOLETÍN SOCIOECONÓMICO DE LA SUBREGIÓN NORTE No. I. Participación laboral. [en línea] julio de 2013. [citado en junio 25 de 2014] Disponible en Internet: <<http://www.valledelcauca.gov.co/planeacion/publicaciones.php?id=24721>>

6. BOLETÍN SOCIOECONÓMICO DE LA SUBREGIÓN NORTE No. 2. Retorno a la educación y segmentación del mercado laboral. [en línea] julio de 2013. [citado en junio 25 de 2014] Disponible en Internet: <<http://www.valledelcauca.gov.co/planeacion/publicaciones.php?id=24721>>
7. BOLETÍN SOCIOECONÓMICO DE LA SUBREGIÓN NORTE No. 3. [en línea] julio de 2013. Caracterización socioeconómica. [citado en junio 25 de 2014] Disponible en Internet: <http://www.valledelcauca.gov.co/planeacion/publicaciones.php?id=24721>
8. CBNLINECALI. El Parque Nacional de la Uva. [en línea]. Disponible en Internet: <<http://www.cbonlinecali.com/el-parque-nacional-de-la-uva/>>
9. CONSEJO PRIVADO DE COMPETITIVIDAD. Informe Nacional de Competitividad 2012-2013. [en línea] 2012. Disponible en Internet: <<http://www.compite.com.co/site/wp-content/uploads/2012/11/INC-2012-2013.pdf>>
10. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACIÓN DEL VALLE DEL CAUCA. Subdirección de Estudios Socioeconómicos y Competitividad Regional de la Gobernación del Valle del Cauca. [en línea] 2013. Disponible en Internet: <file:///C:/Users/User/Downloads/Informes%20de%20Desarrollo%20Econ%C3%B3mico%20No.%202.%20Lineamientos%20para%20la%20Transformaci%C3%B3n%20Productiva%20del%20Valle%20del%20Cauca.%20(1).pdf>
11. DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN. Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad, Documento regional, Valle del Cauca. [en línea] Bogotá, junio 2007. [citado en mayo 12 de 2014] Disponible en Internet: <www.dnp.gov.co>
12. DIARIO EL PAÍS. Esta es la oferta turística del norte del Valle, para disfrutar en vacaciones. [en línea] Junio 16, 2013. [citado en septiembre 19 de 2014] Disponible en Internet: <<http://www.elpais.com.co/elpais/valle/noticias/esta-oferta-turistica-norte-valle-para-disfrutar-vacaciones>>
13. DRUCKER, Peter. La sociedad post capitalista. Cali: Grupo Editorial Norma, 1994.
14. GOBERNACIÓN DEL VALLE DEL CAUCA. Página oficial. [en línea] 2014. Disponible en Internet: <<http://www.valledelcauca.gov.co/>>
15. GUÍA AMBIENTAL HORTIFRUTÍCOLA DE COLOMBIA. Bogotá, Colombia: Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, Asociación Hortifrutícola de Colombia –Asohofruloc. [en línea] 2009. [citado en febrero 18 de 2014] Disponible en Internet: <[http://www.asohofruloc.com.co/archivos/biblioteca/biblioteca_30_GUIAhortifruticultura\[1\].pdf](http://www.asohofruloc.com.co/archivos/biblioteca/biblioteca_30_GUIAhortifruticultura[1].pdf)>
16. GUKALIUK, A. F. and IVANOVYCH, I. M. Investment attractiveness as a factor of territory competitiveness increase. *En: Actual Problems of Economics*, [en línea] (6), 167-173, 2010. Disponible en Internet: <www.scopus.com>
17. HERNÁNDEZ SAMPIERI, R.; FERNÁNDEZ COLLADO, C. y BAPTISTA LUCIO, P. Metodología de la investigación. Quinta edición. México: McGraw-Hill/Interamericana, 2010.
18. MAKARENKO, M. V. Image of a region as a key factor in its competitiveness. *En: Actual Problems of Economics*, [en línea] 128(2), 180-187, 2012. [citado en diciembre 19 de 2014] Disponible en Internet: <www.scopus.com>