

DIAGNÓSTICO COMPETITIVO PARA DOS REGIONES DE COLOMBIA,
ELEMENTO BASE PARA LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MARKETING
TERRITORIAL: COMPLEJO CENAGOSO DE LA ZAPATOSA Y HOYA DEL RÍO
SUÁREZ.

ESTEFANI PRADA VILLAMIZAR
JENNIFER MONTESGARCÍA

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN
BUCARAMANGA

2012

DIAGNÓSTICO COMPETITIVO PARA DOS REGIONES DE COLOMBIA,
ELEMENTO BASE PARA LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MARKETING
TERRITORIAL: COMPLEJO CENAGOSO DE LA ZAPATOSA Y HOYA DEL RÍO
SUÁREZ.

ESTEFANI PRADA VILLAMIZAR
JENNIFER MONTES GARCÍA

Trabajo de Grado realizado como requisito para optar el título de
ECONOMISTA

Director:
Freddy Jesús Ruiz Herrera

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN
BUCARAMANGA

2012

AGRADECIMIENTOS

La realización del Trabajo de Grado que el lector tiene en sus manos no hubiese sido posible sin el apoyo y colaboración de la Agencia de Desarrollo Económico Local, ADEL Metropolitana. Entidad que desde el segundo semestre de 2011 hasta enero de 2012, nos integró en su equipo de trabajo, acompañó y guió en el desarrollo de esta investigación.

Agradecemos de manera especial a la Dra. Angélica Silva Franco, quien fuera nuestra mentora durante el tiempo que estuvimos desarrollando allí nuestra práctica empresarial. A nuestro Director de Proyecto de Grado, Profesor Freddy Jesús Ruíz Herrera, que desempeño su rol de manera intachable, y que más que un director fue un gran amigo y compañero a lo largo de este proceso.

Queremos agradecer, por último, a nuestros amigos y futuros colegas quienes de una u otra forma hicieron importantes aportes durante la construcción de este trabajo.

DEDICATORIA

Para Dios, que me ha permitido culminar esta etapa de mi vida llena de mil bendiciones. Para mi familia que me apoyó incondicionalmente a lo largo de estos años. Para Reynaldo Hernández, a quien considero con orgullo mi más fiel amigo, quien a pesar del tiempo y la distancia se apropió de esta meta como si fuera suya y me llevó de la mano, con su invaluable apoyo, a la culminación de la misma.

Stfy Prada

Mi tesis la dedico con todo mi amor y cariño a ti Dios porque me diste la oportunidad de vivir y de regalarme una familia maravillosa.

Con mucho cariño principalmente a mi Madre, por creer en mi, por sacarme adelante, dándome ejemplo digno de superación y entrega, porque en gran parte gracias a ti, hoy puedo ver alcanzada una de mis tantas metas, ya que siempre has estado impulsándome en los momentos más difíciles. Va por ti, por lo que vales, porque admiro tu fortaleza y todo lo que has hecho de mí.

A mi hermana y sus tesoritos, mi querido novio, tías (os) y mis primores, gracias por haber fomentado en mí el deseo de superación y el anhelo de triunfo en la vida, mil palabras no bastarían para agradecerles su apoyo, comprensión y compañía en los momentos mas tristes y felices de mi vida.

A mi Padre y Abuelo que aunque no se encuentren entre nosotros, su recuerdo vivirá para siempre. Me consuela saber que cuento con su intercesión y su ayuda desde el cielo.

Jennifer Montes

TABLA DE CONTENIDO

1. MARCO TEORICO	23
1.1 APROXIMACIÓN TEÓRICA A LA DISCUSIÓN SOBRE DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL COMO BASE PARA LA TRANSFORMACIÓN TERRITORIAL.....	28
1.1.1 Aspectos relevantes de las discusiones sobre desarrollo económico territorial y desarrollo económico local	28
1.1.2 Competitividad y desarrollo económico local.....	37
1.1.3 Marketing territorial como herramienta para el crecimiento y la competitividad regional	48
2. METODOLOGÍA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN DIAGNÓSTICO COMPETITIVO.....	49
2.1 DISCUSIÓN METODOLÓGICA	49
2.1.1 Principales metodologías de implementación	49
2.2 METODOLOGÍA DE SEGUIMIENTO A DIAGNÓSTICOS COMPETITIVOS DE ADEL METROPOLITANA	55
2.3 RESTRICCIONES EN LA APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA BASE DE ADEL METROPOLITANA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO COMPETITIVO EN EL COMPLEJO CENAGOSO DE LA ZAPATOSA Y HOYA DEL RÍO SUÁREZ	63
3. DIAGNÓSTICO COMPETITIVO COMPLEJO CENAGOSO DE LA ZAPATOSA Y HOYA DEL RÍO SURÁEZ	65
3.1. DIAGNÓSTICO COMPETITIVO COMPLEJO CENAGOSO DE LA ZAPATOSA	65

3.1.1 Instituciones	66
3.1.2 Infraestructura	70
3.1.3 Déficit fiscal regional.....	74
3.1.4 Salud y educación básica.....	78
3.1.5 Educación superior.....	92
3.1.6 Eficiencia mercado de bienes.....	97
3.1.7 Eficiencia mercado laboral	110
3.1.8 Sofisticación del mercado financiero	116
3.1.9 Preparación tecnológica	118
3.1.10 Tamaño del mercado.....	124
3.1.11 Sofisticación de las empresas	125
3.1.12 Innovación.....	124
3.2 CONCLUSIONES DIAGNOSTICO COMPETITIVO COMPLEJO CENAGOSO DE LA ZAPATOSA.....	129
4. DIAGNOSTICO COMPETITIVO HOYA DEL RIO SUAREZ.....	133
4.1.1 Instituciones	133
4.1.2 Infraestructura	146
4.1.3 Salud y educación básica.....	152
4.1.4 Educación superior.....	155

4.1.5 Eficiencia mercado de bienes.....	158
4.1.6 Eficiencia mercado laboral	165
4.1.7 Sofisticación mercado financiero.....	167
4.1.8 Preparación tecnológica	169
4.1.9 Tamaño del mercado.....	174
4.1.10 Sofisticación de las empresas	175
4.1.11 Innovación	178
4.2. CONCLUSIONES DIAGNÓSTICO COMPETITIVO HOYA DEL RÍO SUÁREZ	181
5. REFLEXIONES SOBRE EL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL Y EL MARKETING TERRITORIAL COMO HERRAMIENTA DE CRECIMIENTO	184
6.CONCLUSIONES	192
7.BIBLIOGRAFÍA	195

LISTA DE GRÁFICOS

Grafica 1 NBI de los municipios de la ciénaga de la zapatosa comparados con la media nacional y varias entidades territoriales.....	83
Grafica 2 Aspectos que los pobladores perciben como positivos de la región ..	108
Grafica 3 Porcentaje de establecimientos según actividad económica en la región del complejo cenagoso de zapatosa 2005	114
Grafica 4 Participación en el mercado laboral departamento del cesar.....	115
Grafica 5 Líneas de telefonía pública básica conmutada por estrato y municipio	123
Grafica 6 Chiriguaná, total microempresas por sector económico	133
Grafica 7 Chimichagua, total microempresas por sector económico.....	133
Grafica 8 Tasa de homicidios departamental 2003-2006	143
Grafica 9 Percepción de los habitantes de la región	149
Grafica 10 Evolución mercado laboral santander 2001-2010.....	166

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1	Factores y subfactores de la competitividad.....	53
Tabla 2	Total personas desplazadas recibidas 1998-2011.....	68
Tabla 3	Ranking cobertura en servicios públicos zona urbana zapatosa.....	72
Tabla 4	Ranking cobertura en servicios públicos zona rural zapatosa.....	73
Tabla 5	Ranking desempeño fiscal 2010.....	75
Tabla 6	Inversión en proyectos aprobados por el fnr 2004-2007.....	77
Tabla 7	Tasa de analfabetismo en el complejo cenagoso de la zapatosa.....	79
Tabla 8	Ranking asistencia escolar pob. 3-24 años.....	80
Tabla 9	Ranking nivel educativo.....	81
Tabla 10	Indice de necesidades básicas insatisfechas complejo cenagoso de la zapatosa.....	82
Tabla 11	Total población matriculada por año, municipio y zona.....	86
Tabla 12	Población afiliada al régimen subsidiado en los municipios de la ciénaga de la zapatosa, 2010.....	90
Tabla 13	Indicadores salud- complejo cenagoso de la zapatosa.....	91
Tabla 14	Número de personas según nivel de educación superior- complejo cenagoso de la zapatosa.....	94
Tabla 15	Ranking proporción personas con educación superior y postgrado/población vs personas sin ningún tipo de estudio.....	95
Tabla 16	Uso y aprovechamiento del suelo, 2006.....	99

Tabla 17 Actividad pecuaria en los municipios.....	102
Tabla 18 Areas de reserva afectadas por la explotación minera.....	105
Tabla 19 Afiliados a régimen contributivo.....	110
Tabla 20 Principales indicadores laborales del cesar 2008-2009.....	112
Tabla 21 Número de personas con internet dedicado/índice de penetración...	118
Tabla 22 Número de suscriptores internet conmutado.....	120
Tabla 23 Número de asociaciones productivas en el complejo cenagoso de la zapatosa.....	126
Tabla 24 Nivel de producción de los principales cultivos transitorios de la región.....	130
Tabla 25 Nivel de producción de los principales cultivos permanentes de la región.....	131
Tabla 26 Ranking del índice de transparencia departamental 2008 – 2009.....	142
Tabla 27 Porcentaje participación elecciones 2011.....	145
Tabla 28 Desempeño fiscal hoya del río suárez 2010.....	151
Tabla 29 Afiliados al régimen contributivo y subsidiado en la hoya del río suárez.....	153
Tabla 30 Información sector educativo principales municipios.....	155
Tabla 31 Oferta educativa sena regional vélez.....	156
Tabla 32 Número de profesionales con posgrado por ramas en santander-2005.....	158

Tabla 33 Evolución del número de empresas de la concentración.....	159
Tabla 34 Índices productivos caña panelera hoya del río suárez.....	161
Tabla 35 Análisis comparativo inclusión financiera santander vs promedio nacional.....	168
Tabla 36 Número de productos financieros a nivel municipal.....	168
Tabla 37 Número de suscriptores internet dedicado e índice de penetración 2011.....	171
Tabla38 Número de suscriptores internet conmutado e índice de penetración 2t-2011.....	173
Tabla 39 Número de asociaciones productivas en la hoya del rio suarez.....	177

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Mapa departamento del cesar	65
Ilustración 2 Mapa región hoya del río suarez	140
Ilustración 3 Vias secundarias provincia de vélez	148
Ilustración 4 Ruta feliz	164

RESUMEN

TÍTULO

DIAGNÓSTICO COMPETITIVO PARA DOS REGIONES DE COLOMBIA, ELEMENTO BASE PARA LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MARKETING TERRITORIAL: COMPLEJO CENAGOSO DE LA ZAPATOSA Y HOYA DEL RÍO SUÁREZ*

AUTORES

MONTES GARCÍA JENNIFER, PRADA VILLAMIZAR ESTEFANI **

PALABRAS CLAVE

Descentralización, Desarrollo Económico Local, Marketing Territorial, Competitividad, Diagnóstico Competitivo.

CONTENIDO:

Las políticas de Desarrollo Económico Local (DEL) dan cuenta de un conjunto de programas, proyectos, organizaciones y reglas de juego relacionadas con la promoción del desarrollo económico territorial, la promoción de empresas, la generación de empleo y la competitividad de un territorio. Dentro de las diversas estrategias planteadas por las teorías DEL, el Marketing Territorial surge como una herramienta útil para posicionar a nivel nacional y mundial las ventajas competitivas de una región con el fin de atraer turismo e inversión pública y privada, como elementos de apoyo al desarrollo. Persiguiendo este propósito se ha formulado el proyecto “Diseño y Desarrollo de un Plan de Marketing Territorial como estrategia de fortalecimiento del Desarrollo Local” el cual busca identificar participativamente los elementos constitutivos de la competitividad del complejo Cenagoso de Zapatosa y de la Hoya del Rio Suarez.

La formulación de un Plan de Marketing Territorial requiere como punto de partida la elaboración de un Diagnóstico competitivo que permita identificar las fortalezas y debilidades con que cuenta el territorio. De esta manera, el presente documento esquematiza el trabajo realizado por las autoras en la elaboración de los diagnósticos competitivos para las regiones de interés como resultado de la practica empresarial en la ADEL Metropolitana, entidad encargada de ejecutar dicho proyecto.

El documento plantea, en primera instancia, la discusión acerca del desarrollo económico local como base para la transformación territorial. En segundo lugar, presenta las metodologías usadas para la realización de diagnósticos competitivos, haciendo énfasis en la metodología utilizada por la ADEL Metropolitana. Todo ello como fundamento de lo que es la elaboración los diagnósticos mencionados en cada una de las regiones, proceso consignado en la tercera parte del documento. Por último, recoge algunas reflexiones a considerar sobre el desarrollo económico local y el marketing territorial como herramienta de crecimiento.

* Trabajo de grado.

** Facultad de Ciencias Humanas. Escuela de Economía y Administración. Director: RUÍZ Herrera. Freddy Jesús

SUMMARY

TITLE

COMPETITIVE DIAGNOSIS FOR TWO REGIONS OF COLOMBIA, BASE ELEMENT FORMULATION FOR TERRITORIAL MARKETING PLAN: COMPLEJO CENAGOSO DE LA ZAPATOSA Y HOYA DEL RÍO SUÁREZ*

AUTHOR

MONTES GARCÍA JENNIFER, PRADA VILLAMIZAR ESTEFANI **

KEY WORDS

Decentralization, Local Economic Development, Territorial Marketing, Competitiveness, Competitive Diagnosis.

FRAME WORK:

Local Economic Development policies (LED) are a set of programs, projects, organizations and rules related to the promotion of local economic development, enterprise promotion, employment generation and competitiveness of a territory. Among the strategies proposed by the theories (LED) the Territorial Marketing emerges as a useful tool to position nationally and globally competitive advantages of a region to attract tourism and public and private investment, as support to development.

Pursuing this objective has been formulated the project "Design and Development of Territorial Marketing Plan as a strategy for strengthening the Local Development" which seeks to identify the elements of participatory competitiveness of complejo Cenagoso de Zapatosa y de la Hoya del Rio Suarez.

The formulation of territorial Marketing Plan required as starting point the development of a diagnosis to identify competitive strengths and weaknesses in the Territory. This document outlines the work done by the authors in the preparation of competitive diagnostic regions of interest as a result of business practice in ADEL METROPOLITANA, responsible for implementing the project.

The paper argues, first of all, the discussion of local economic development as a basis for territorial transformation. In the second part, it presents the methodologies used to perform competitive diagnostics, focusing on the methodology used by ADEL METROPOLITANA. All this as the basis for making the diagnoses listed in each of the regions, a process recorded in the third part of the document. Finally, pick up some thoughts to consider about local economic development and territorial marketing as a tool for growth.

* Degree Project.

** Faculty of Human Science. School of Economics. Director: Freddy Jesús Ruiz Herrera.

INTRODUCCIÓN

El estudio de la macroeconomía moderna tiene como objetivo central brindar las herramientas de análisis global que requiere una economía en su conjunto, para poder formular y diseñar los objetivos, planes e instrumentos de política económica necesarios, que permitan que una sociedad logre avances importantes en el alcance del progreso, entendido éste como la consecución tanto del crecimiento económico como del desarrollo.

El crecimiento económico, se refiere al incremento, en un determinado periodo de tiempo, del total de bienes y servicios producidos en una economía. De igual forma, del total de los ingresos, del empleo, de los recursos productivos (tierra, trabajo, capital) y del buen comportamiento de los precios. Todo ello, medido en el indicador Producto Interno Bruto (PIB). En suma, cuando la política económica establece como una de sus máximas crecer económicamente, lo que se está trazando por meta es, en últimas, el crecimiento material de la misma, medido fundamentalmente por la evolución de su PIB, entre otros indicadores.

Puede decirse, que desde mediados del siglo XX, el incremento del PIB se convirtió en la meta fundamental de la sociedad económica mundial. Sin embargo, para finales de ese siglo era claro para la mayoría de las naciones que crecer en términos materiales no era suficiente, pues se había observado que el aumento en el ingreso no implicaba necesariamente que la población estuviese mejor en términos de bienestar y calidad de vida, validados éstos en términos de seguridad, calidad en los servicios públicos, educación, salud, en la garantía de los derechos, la preservación del medio ambiente y demás sinnúmero de factores que entraron, desde la década de los 60, pero especialmente en los 80, a cuestionar las bases de la ciencia del progreso económico.

Desde entonces, se puso sobre la mesa, la importancia de incluir el concepto de desarrollo económico dentro de las máximas de la sociedad actual. De este modo, para que un determinado país, territorio, región, etc., pueda clasificarse dentro de aquellos que han alcanzado el éxito o el progreso económico, éste no sólo debe haber crecido en términos de sus agregados macroeconómicos, sino que debe demostrar que su sociedad disfruta de una buena calidad de vida. Es decir, que no sólo debe tener un mayor ingreso económico sino que también, mayor bienestar. Sólo así puede ingresar al primer mundo ó al conjunto de los países desarrollados.

Hoy por hoy, el poderío económico que ostentan los países desarrollados, los ha convertido en el modelo a seguir de la mayoría de naciones del mundo. América Latina, no escapa a estas tendencias y en la carrera del progreso se encuentran inscritos todos los planes de gobierno y política económica de la región. Sin embargo, dada su historia de atraso económico respecto a las naciones desarrolladas y a la urgencia de ponerse a la par de éstas, los gobiernos de la región han optado por pedir y recibir todo tipo de ayuda y dirección proveniente de estas naciones. De ahí que la mayoría de los objetivos, planes, políticas e instrumentos de política económica sean una adaptación local, en el mejor de los casos, de las estrategias que antaño sirvieron a sus pares internacionales para alcanzar el desarrollo económico.

Sin embargo, las copias no suelen ser buenas, en especial si se trata de aplicar las fórmulas de un tiempo y lugar determinados, en las condiciones de otro país estructuralmente diferente, como si se tratara de un experimento de laboratorio de cualquiera de las ciencias exactas, como la química o la física, desconociendo que la ciencia económica no hace parte de ellas puesto que trabaja con la sociedad, y ésta es todo menos exacta, predecible y homogénea.

Así, los continuos fracasos experimentados no sólo en América Latina sino en otros países del mundo, condujeron a los teóricos de la ciencia económica a plantear una nueva discusión sobre los términos del desarrollo, y la necesidad de acatar las diferencias estructurales de cada nación, como aspecto base de donde debieran partir los diseños de política económica.

En adelante, la evolución del modelo globalizador ha demostrado que en un mundo cada vez más interconectado, las diferencias no son necesariamente negativas. Así, la mecánica de este fenómeno mundial, ha puesto de manifiesto que existen regiones en el mundo que pueden agruparse dado que comparten características sociales, económicas, históricas, institucionales y ambientales; y que en base a ellas, e implementando las estrategias adecuadas, pueden diferenciarse positivamente de otras para así poder competir con éxito en el mercado mundial. Es decir, que la globalización refuerza la necesidad de la diferenciación pero la pone en términos de una nueva máxima para la sociedad mundial: la competitividad, la cual, puede resumirse como la capacidad que tiene un país, un territorio y sus empresas de vender al mejor precio posible sus productos en el mercado mundial, como medio eficaz para crecer económicamente.

De este modo, la nueva visión del desarrollo y los cambios de la economía mundial, trajeron consigo el rompimiento de los moldes y las fronteras físicas, haciendo surgir, desde entonces, la importancia de poner la mirada en lo propio, en lo territorial y en lo local, como fuentes de elementos, bienes y servicios, únicos, diferentes y competitivos en el mercado, que hacen posible el alcance del progreso económico, visto desde sus tres frentes: el crecimiento, el desarrollo y la competitividad.

En este proceso de mirar hacia adentro, han cobrado fuerza, en América Latina, las teorías de desarrollo económico territorial (DET) y desarrollo económico local (DEL), encabezadas por los estudios realizados por la CEPAL.

Como resultado, la mayoría de países de la región, entre esos Colombia, han optado por aplicar las estrategias DET y DEL al interior de sus territorios, como medio de desarrollarse económicamente, pero entendiéndose, aceptando que son diferentes, y aprendiendo a reconocer en esas diferencias (de historia, de cultura, de recursos productivos, de ecosistemas, etc.) son elementos potenciales para lograr sus objetivos económicos y para brindar mejores condiciones de vida a su población.

Dentro de las diversas estrategias planteadas por las teorías DET y DEL, el Marketing Territorial (o Mercadeo Territorial) se ha esgrimido como una herramienta útil, fruto de la combinación de las técnicas administrativas de gerencia estratégica y por supuesto el mercadeo como tal; para descubrir los elementos, bienes y servicios diferenciadores que pueden hacer a un país, a una región o una ciudad, competitivos en el mercado mundial; es decir, que fuera de las fronteras, la gente y las empresas reconozcan el nombre de determinado lugar y lo identifiquen con los bienes y servicios que éste le ofrece al mundo (ejemplo: café, flores, playas, ecoturismo, etc.), y que quieran comprarlos y efectivamente lo hagan.

Sin embargo, el proceso de reconocimiento debe comenzar dentro de los lugares que quieren posicionarse en el mercado. De esta forma, los planes de Marketing Territorial, tienen como objetivo llevar a cabo todo un proceso de estudio y reconocimiento del territorio, que debe ser validado por quienes habitan en él, para que en consenso, se identifiquen las potencialidades con que éste cuenta, se defina y/o fortalezca la imagen del territorio y a partir de allí se genere todo un proceso de difusión de medios y demás, encaminado a generar la apropiación de

dicha imagen territorial por parte la comunidad, para posteriormente buscar el posicionamiento de esta imagen a nivel nacional y mundial.

En Colombia, existen entidades encargadas de materializar estas discusiones teóricas en proyectos. Este es el caso de la Red Nacional de Agencias de Desarrollo Económico Local (Red ADELCO), entidad nacional que actualmente trabaja en la formulación de planes de Marketing Territorial para diversas regiones del país. Tal es el caso de la ADEL Metropolitana, que en convenio con la Escuela de Economía de la UIS, solicitó en calidad de practica empresarial, el apoyo a la realización del diagnóstico competitivo, para dos regiones de Colombia: El Complejo Cenagoso de la Zapatosa y la Hoya del Río Suárez, como elemento de partida base para la formulación del Plan de Marketing Territorial en cada una de ellas.

Las mencionadas regiones, hacen parte de un grupo de seis seleccionadas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para la implementación del programa DEL, el cual es resultado de un convenio con la Unión Europea cuyo objetivo es promover el desarrollo local equitativo y sostenible a través del fortalecimiento de los actores locales en la programación de los procesos de desarrollo económico local.

En conformidad con lo anterior, el presente documento esquematiza la elaboración de los Diagnósticos Competitivos que sirven de base fundamental para la formulación de dicho proyecto. Trabajo que, en calidad de practicantes en la ADEL Metropolitana, realizaron las autoras. Así, en el primer capítulo, se plantea la discusión acerca del desarrollo económico local como base para la transformación territorial. En el segundo, se presentan algunas de las metodologías usadas para la realización de diagnósticos competitivos, haciendo énfasis especial en la metodología utilizada por la ADEL Metropolitana. Todo ello como fundamento de lo que es la elaboración los diagnósticos mencionados en cada una de las regiones y la presentación de sus resultados, proceso que se ha de consignar en un tercer capítulo. Finalmente, el cuarto capítulo recoge algunas reflexiones a considerar sobre el desarrollo económico local y el marketing territorial como herramienta de crecimiento.

JUSTIFICACIÓN

El Complejo Cenagoso de la Zapatosa, constituye la ciénaga continental más grande de Colombia, cuyo ecosistema se reparte en los departamentos de Cesar y Magdalena e integra a los municipios de Chimichagua, Tamalameque, El Banco, Chiriguaná, Curumaní, Astrea, El Paso, Gamarra, La Gloria, Pailitas y Pelaya. Esta importante ecoregión, cuenta además con vetas de explotación minera, una intensa actividad ganadera, pesquera y turística; no obstante problemas como la pobreza, el aislamiento geográfico y los bajos niveles de educación, obstruyen la generación de dinámicas de desarrollo que permitan mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Por su parte, la región de la Hoya del Río Suárez, en donde convergen municipios del Sur de Santander y del norte de Boyacá¹, es, a nivel nacional, la cuna de las cadenas productivas de la guayaba, el bocadillo y la panela. Sin embargo, con el correr de los años la región ha quedado en el olvido y hoy por hoy sus tradiciones culturales y productivas están amenazadas con desaparecer, trayendo consigo el incremento de la pobreza y el atraso económico y social en la región. De otra parte, más allá de su vocación productiva, la región cuenta con un importante potencial ecoturístico que ha sido desaprovechado y que se perfila como posible fuente de reactivación económica y desarrollo para todos los municipios que la conforman.

Por lo anterior, en el marco del convenio *Desarrollo económico local y comercio en Colombia* suscrito entre la Delegación de la Unión Europea para Colombia y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se han priorizado estas regiones con el objetivo de promover en ellas el desarrollo local equitativo y sostenible, consolidando la competitividad empresarial y facilitando la integración de las unidades productivas a los mercados nacionales.

Dentro del proyecto, se contempla apoyar el posicionamiento territorial mediante el establecimiento de alianzas estratégicas, específicamente, en materia de Marketing Territorial. Para tal efecto, la Agencia de Desarrollo Económico Local-ADEL Metropolitana, ha sido seleccionada a través de un proceso licitatorio para coordinar y ejecutar la implementación del proyecto “Diseño y desarrollo de un Plan de Marketing Territorial como estrategia de fortalecimiento del desarrollo local

¹Aguada, Barbosa, Charalá, Florián, Chipatá, Guavatá, Güepsa, Jesús María, La Belleza, La Paz, Moniquirá, Puente Nacional, San Benito, Sucre y Vélez.

en tres regiones de Colombia” (en donde están incluidas las dos regiones ya descritas).

La elaboración del Plan de Marketing territorial para cada una de estas regiones, requiere como punto de partida la elaboración de un diagnóstico competitivo que evidencie la situación que se vive al interior de cada uno de los municipios que las conforman y que a su vez, ponga de manifiesto las potencialidades de donde se puede comenzar a construir una nueva visión del territorio y en suma, el proceso de marketing territorial correspondiente como herramienta eficaz en la búsqueda de alcanzar un crecimiento económico sostenido, buenos niveles de competitividad y por supuesto, el desarrollo económico local.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los municipios que conforman el Complejo Cenagoso de la Zapatosa y la Hoya del Río Suárez, cuentan con un bajo nivel de posicionamiento nacional e internacional que incide negativamente en el dinamismo y desarrollo de sus actividades productivas, todo lo cual acarrea consigo la carencia de nuevas y mejores oportunidades para la inversión productiva, la generación de empleo y por consiguiente, el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes, o lo que es lo mismo, altos niveles pobreza y atraso tanto económico como social.

Al no consolidarse una imagen territorial en ámbitos externos al territorio , los habitantes perciben debilitada su propia relación con el mismo, dado que no observan una región con altas potencialidades, sino quizá una región cerrada, aislada de las dinámicas globales lo que en últimas afecta su cohesión social y su crecimiento económico.

En respuesta a esta problemática, la elaboración de un Plan de Marketing Territorial en la Ciénaga de la Zapatosa y en la Hoya del Río Suárez, surge como una estrategia por medio de la cual se pretende crear una marca que represente estas regiones y que permita, a través de una buena estrategia de medios, atraer inversión y potenciar el turismo y con ello contribuir a la generación de mayores beneficios económicos, políticos y sociales en dichas regiones, permitiéndoles de ese modo ser competitivas hacia adentro y hacia fuera, es decir, atraer y vender. Todo ello, con la cooperación de organizaciones territoriales que trabajan en la búsqueda del desarrollo integral y sostenible en ambos departamentos (Cesar y Santander).

El proyecto, es producto de convenios establecidos por ADEL Metropolitana con la Unión Europea, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la Red Nacional de Agencias de Desarrollo de Colombia y otras entidades locales de cada territorio beneficiario. Para su elaboración y puesta en marcha se requiere la elaboración de un diagnóstico competitivo, a partir del cual se puedan identificar las fortalezas, oportunidades y elementos diferenciadores de cada región, que sirvan de base para el diseño y posicionamiento del Plan de Marketing Territorial en cada una de ellas.

Para ello, la metodología diseñada por la ADEL Metropolitana considera indispensable que tal diagnóstico haga una revisión general de los 12 factores de

competitividad evaluados por el Foro Económico Mundial (FEM) para tener una idea del panorama y actual posición de cada región en términos socioeconómicos. El diagnóstico se elabora con el apoyo de los practicantes de Economía quienes recopilan información secundaria e integran al documento el análisis de diversos estudios económicos sectoriales o microlocalizados en temas de competitividad.. Además, a partir de información obtenida por la Agencia en fuentes primarias como encuestas, sondeos, grupos focales, entrevistas a expertos locales y a representantes de entidades de cada región, complementan la información requerida por el Diagnóstico.

Del trabajo desarrollado por los practicantes y la coordinación del proyecto de ADEL Metropolitana, se soportará la estrategia de Marketing Territorial, condensada en un documento o Plan de Marketing para cada región

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuáles son los elementos económicos que deben tenerse en cuenta para la elaboración del Diagnóstico Competitivo en las regiones Complejo Cenagoso de la Zapotosa y Hoya del Río Suárez, que sirvan como base para la elaboración de un Plan de Marketing en cada uno de estos territorios?

HIPÓTESIS

Los diagnósticos de los territorios evidencian la necesidad de realizar un plan de marketing territorial estructurado a mediano plazo que permita la existencia de condiciones de crecimiento y desarrollo.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Elaborar el diagnóstico competitivo de las regiones Complejo Cenagoso de la Zapatosa y Hoya del Río Suárez, a partir de la metodología de ADEL Metropolitana.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar la discusión teórica alrededor del Desarrollo Económico Local y la competitividad como elemento de apoyo.
- Exponer la metodología para la construcción de un diagnóstico competitivo.
- Presentar los resultados de la implementación metodológica en los diagnósticos competitivos en las zonas de interés.
- Reflexionar sobre la relación entre los diagnósticos competitivos y las políticas de Desarrollo Económico Local en municipios pequeños de Colombia.

1 MARCO TEORICO

1.2 APROXIMACIÓN TEÓRICA A LA DISCUSIÓN SOBRE DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL COMO BASE PARA LA TRANSFORMACIÓN TERRITORIAL

1.1.1 Aspectos Relevantes De Las Discusiones Sobre Desarrollo Económico Territorial Y Desarrollo Económico Local

Las discusiones teóricas sobre Desarrollo Económico Territorial pueden ubicarse con precisión desde mediados del siglo XX. Para esa época, los avances del pensamiento económico y de la sociedad misma, mostraban claramente que el desarrollo era más bien un proceso de dimensiones cualitativas basado en un proceso cuantitativo: el crecimiento económico. De forma que para explicarlo, necesariamente debía comenzarse por explicar el crecimiento; pues en ausencia de éste no podía producirse aquel (BOISIER, 1997)². Sin embargo, la existencia de crecimiento económico en un lugar, no garantizaba en forma alguna su desarrollo, como bien lo mostraban las estadísticas de la gran mayoría de países en donde había crecimiento sin desarrollo o, en el mejor de los casos, velocidades no comparables de ambos procesos³.

La permanente preocupación de teóricos y gobernantes por descifrar las claves para lograr el tan anhelado y esquivo desarrollo económico en medio de un siglo de cambios drásticos en la economía, la ciencia, la tecnología y la política, y en donde se configuraba con fuerza un nuevo escenario mundial globalizado, que pese a su creciente amenaza de homogeneizarlo todo no lograba evidenciar la existencia de una única forma o de un modelo económico específico que condujera a los países hacia ése destino, hizo que en la búsqueda de respuestas, la región o el territorio, y por qué no decirlo, la diferencia, se pusieran en el centro de la discusión a medida que el estudio de los nuevos casos exitosos de crecimiento y desarrollo alrededor del mundo, determinaba que no todos hacían lo mismo, ni de la misma forma, ni en los mismos tiempos, y que en varias

² De acuerdo con Boisier cualquier situación que implique una mejoría social sin crecimiento es solo transitoria.

³ Para una estudio detallado del tema Véase. D. TELLO, Mario. Las Teorías del Desarrollo Económico Local y La Teoría y Práctica del Proceso de Descentralización en los Países de Desarrollo. CIES. 2006.

ocasiones, la historia, la cultura e incluso el azar, mediaban como factores fundamentales de tales procesos.

Este cambio de enfoque halló su justificación en que la proliferación de los diferentes problemas económicos al interior de las naciones, se daba debido a que en las teorías de desarrollo económico a nivel de países (DEN), que por largo tiempo direccionaron la política económica en gran parte del mundo, la dimensión espacio, localización no estaba incorporada en el análisis excepto por la demarcación de países. Así, se asumía implícitamente que el territorio de una economía era homogéneo, lo cual contrasta con la realidad que muestra claramente que las características y los niveles de desarrollo de las áreas geográficas al interior de los países son diferentes. De igual forma, otro aspecto importante fue la naturaleza de los bienes y servicios que suministran diferentes niveles del gobierno. En las teorías del DEN se daba por sentado que la influencia de los bienes y servicios públicos suministrados por el gobierno abarca todas las áreas geográficas de una economía, cuando en la realidad existía una desigualdad inmensa en los niveles de vida de la población, donde los procesos de inclusión social no alcanzaban a llegar a áreas que se encontraban distantes del gobierno central (D. TELLO, 2006).

Así, partiendo de los avances de los procesos de descentralización y del posterior incremento de las funciones de las administraciones públicas territoriales que se venía configurando en un gran número de naciones, se demandó de los encargados de la formulación de la política pública el buscar enfoques y planteamientos apropiados para enfrentar los problemas y demandas crecientes de la población. Este cambio se dio no sólo por la necesidad de ofrecer respuestas concretas y eficaces al conjunto de la población local, sino por la insuficiencia y limitaciones de las políticas centralistas y sectoriales y de los viejos enfoques asistencialistas de la política de desarrollo regional y de la política social (D. TELLO, 2006).

De esta manera, las estrategias de desarrollo local se fueron abriendo paso como un enfoque que se da de abajo hacia arriba (BOISIER, 1997) y una visión más integral de las diferentes facetas o aspectos del desarrollo, donde se hace necesario la vinculación territorial de las diferentes políticas de desarrollo.

En ese sentido, uno de los rasgos más sobresalientes del siglo XX fue la importancia de la dimensión territorial como un referente indispensable de la economía y la política (MONCAYO, 2005). Desde 1980, el proceso de

descentralización tomó un renovado impulso en los países en desarrollo originado por las deficiencias presentadas por los gobiernos centrales al momento de dar respuesta a las necesidades básicas de la población asentada en áreas locales al interior de los países, y por las demandas de los habitantes por sistemas más democráticos que promovieran una mayor participación ciudadana entre otros aspectos. Para el caso específico de América Latina, desde inicios de los años noventa, los países de la región, llevaron a cabo una serie de reformas de política económica, con el fin de sanear sus economías y tratar de vincularse con éxito al modelo económico neoliberal que para entonces configuraba con fuerza la realidad económica mundial (D. TELLO, 2006). Tales reformas aceleraron los procesos de privatización y descentralización en estos países y así se dio la transición de las políticas regionales hacia políticas de desarrollo económico territorial en la región, dado que las políticas regionales entendían al desarrollo territorial como un resultado de la difusión del crecimiento desde el centro a la periferia, mientras que las teorías de Desarrollo Económico Territorial (DET) lo entienden como un proceso endógeno, en el que se evidencia con más fuerza la importancia de rescatar la discusión sobre lo local como respuesta estratégica para conseguir el desarrollo a partir del aprovechamiento de los recursos y las características propias de cada territorio (BOISIER, 1997). Concepción ésta que se ajustaba mucho mejor a la realidad y a las necesidades al interior de los países latinoamericanos.

Desde entonces, los asuntos de interés general, las decisiones políticas, económicas y administrativas, que anteriormente se concentraban en el gobierno nacional, se alinearon con la nueva concepción y ordenación del territorio redefiniendo áreas de intervención institucional y funciones, aumentando las responsabilidades de los distintos niveles territoriales, devolviendo al departamento su papel en la planeación y reconociendo al municipio como la entidad fundamental de la división política administrativa, y ligando a los ciudadanos al funcionamiento estatal por medio del reconocimiento de la diversidad de actores sociales e institucionales con la capacidad de configurar el territorio (D. TELLO, 2006).

El avance del proceso de descentralización en la región fue fundamental para ello, y trajo consigo elementos para los procesos de Desarrollo Económico Territorial tales como: la unión de los diferentes niveles de gobierno para cumplir con los fines de eficiencia y equidad; y el surgimiento del territorio como protagonista del desarrollo, entendiendo que, cuando el Estado transfiere responsabilidades y competencias a las diferentes regiones, le permite a cada una de éstas ser

autónomas y eficientes, pues la exigencia de velar por los intereses internos aumenta y se abre aun más la senda para el progreso y desarrollo local, que de igual forma conduce a incentivar el desarrollo territorial (CAICEDO, 2008).

Desde esta perspectiva comenzó a construirse y materializarse el desarrollo territorial como un proceso económico y social de tal importancia que merecía su propio espacio dentro del desarrollo de las ciencias económicas. En general, ha habido consenso entre los diversos autores en que las formas de acción estatal encaminadas a reglamentar o encauzar la actividad económica con el fin de potenciar procesos de desarrollo, adquieren una connotación territorial cuando su direccionalidad precisa una escala espacial determinada y define unos instrumentos de actuación acordes con los objetivos propuestos. En este marco se ubican las políticas de Desarrollo Económico Territorial (DET) que dan cuenta de “un conjunto de programas, proyectos públicos o privados, organizaciones y reglas de juego relacionadas con la promoción del desarrollo económico territorial, la promoción de empresas, la generación de empleo y la competitividad de un territorio determinado para darle a éste la capacidad para formularse propósitos colectivos de progreso material, equidad, justicia y sostenibilidad, y movilizar los recursos locales endógenos necesarios para su obtención”⁴.

De este modo, los procesos de desarrollo territorial tienen como objetivo principal la transformación de los sistemas productivos locales, el incremento de la producción, la generación de empleo y la mejora en la calidad de vida de la población (ALBURQUERQUE, 2006). Como se mencionó, al entender el desarrollo territorial o local como un proceso endógeno, estas políticas reconocen la importancia que tienen las iniciativas de los habitantes y recursos disponibles en el entorno de un territorio.

En el marco de esta discusión, Boisier sostiene que el desarrollo endógeno es un concepto multidimensional que abarca cuatro planos: el político, el económico, el científico y tecnológico, y el cultural. Desde lo político, el proceso se entiende como una creciente capacidad (territorial) de diseñar y ejecutar políticas de desarrollo y a la capacidad de negociar. De otra parte, la endogeneidad se manifiesta en el plano económico, por medio de la apropiación y reinversión de parte del excedente a fin de diversificar la economía del territorio, dándole al mismo tiempo una base de sostenibilidad temporal. El plano científico y tecnológico, se manifiesta como la capacidad interna del sistema para generar sus propios impulsos tecnológicos de cambio, capaces de provocar modificaciones

⁴ Ibid.,p.18

cualitativas en el sistema. Finalmente, el ámbito cultural se entiende como la articulación de los diferentes actores del territorio que define la identidad del mismo. Estas cuatro formas de la endogeneidad del desarrollo fortalecen, según el autor, el potencial de innovación territorial y son el resultado de la sinergia del sistema social (BOISIER, 1997).

El papel del Estado en estos procesos es crear las condiciones para el crecimiento económico, en tanto que a la región o territorio como tal le corresponde la compleja tarea de transformar el crecimiento en desarrollo. Esta tarea requiere del apoyo de instancias superiores de gobierno nacional con el fin de especificar la dimensión territorial en el diseño de las políticas públicas para poder asignar recursos, identificar potencialidades, reconocer particularidades y adelantar alianzas público– privadas, que se traduzcan en cursos de acción favorables dada la variedad de actores que concurren en el entorno local (BOISIER, 1997).

De esta forma,

para apalancar el desarrollo económico con generación de empleo productivo, avance de la equidad social y sostenibilidad ambiental, es imperativo un diseño mixto de políticas en el cual, junto a las medidas encaminadas al logro de los principales equilibrios macroeconómicos, deben impulsarse otras de carácter territorial destinadas a identificar y fomentar las potencialidades existentes, tarea en la cual los gobiernos territoriales desempeñan un papel decisivo como facilitadores de la creación de instituciones de desarrollo productivo y empresarial. Un propósito como éste debe partir del reconocimiento de las diferencias culturales, políticas, sociales y productivas existentes entre los territorios⁵.

El escenario anterior implica, no solo dejar a merced de los mercados privados la corrección de las fallas, y la transferencia de responsabilidades y recursos financieros para garantizar la atención estatal en áreas como infraestructura vial, comunicaciones, educación, salud y saneamiento básico, sino también, aproximar y desplegar en los entornos una gama más amplia de medios para revalorizar el conjunto de sus recursos y dinamizar su base productiva abriendo paso a nuevas iniciativas que le permitan afrontar con éxito las exigencias que plantea un mundo globalizado, como por ejemplo, servicios especializados de crédito a micros, pequeñas y medianas empresas, educación especializada y capacitación para el

⁵ CAICEDO CUERVO, Carlos Jorge. Políticas e instituciones para el desarrollo económico territorial en América Latina y el Caribe. El caso de Colombia. Santiago de Chile: Naciones Unidas, 2008. 120 p. (LC/L.2836-P; LC/IP/L.284) ISBN: 978-92-1-323143-2.

trabajo, investigación y desarrollo, adaptación y difusión de tecnología, información, concertación entre los diferentes tipos de agentes y una buena gestión pública que asegure la institucionalidad. Por consiguiente, para que un país recorra una senda de desarrollo económico territorial es apremiante adoptar una visión más integral y definir un nuevo ordenamiento territorial, retirando las restricciones e intereses políticos particulares y regionales (CAICEDO, 2008).

Lo anterior, permitirá articular efectivamente las dinámicas regionales y locales facilitando un desarrollo económico y social sostenido, mantener la unidad de las políticas y estrategias, y otorgar a los territorios una clara autonomía y protagonismo como sujetos de su potencial de desarrollo, lo que a la postre se traducirá en un reforzamiento de la base económica y social estatal⁶.

El avance en la investigación acerca de este tema y los resultados que arrojaron los primeros procesos DET emprendidos en los diferentes países, pusieron de manifiesto la necesidad de desagregar aun más el alcance de estos procesos, a fin de brindarle las mismas posibilidades de desarrollo endógeno a las ciudades, municipalidades y áreas metropolitanas existentes dentro de una región. Pues se entendió, que muchas veces los procesos DET no avanzaban de la manera adecuada e incluso fracasaban, al asumir que las regiones eran homogéneas en características, historia, cultura, desarrollo y potencialidades, y al hacer acepción de la renovada y cada vez mayor autonomía que se le ha brindado a estos entes territoriales locales, quienes ahora ya no sólo dependen de los gobiernos regionales para mantenerse a flote, sino que dependen de sí mismos para ser sostenibles, crecer y desarrollarse. En ese sentido, surge el desarrollo de las teorías y políticas de Desarrollo Económico Local, que no son otra cosa que la discusión DET en su versión más desagregada.

En palabras de Mario D. Tello:

El Desarrollo Económico Local (DEL) proporciona al gobierno local, los sectores privados, los organismos no gubernamentales y las comunidades locales la oportunidad de trabajar mancomunadamente para mejorar la economía local. El DEL incide en el mejoramiento de la competitividad, aumenta el desarrollo sostenible y asegura la inclusividad del crecimiento por medio de un conjunto de disciplinas, incluidos el planeamiento físico, la

⁶ CAICEDO CUERVO, Carlos Jorge. Políticas e instituciones para el desarrollo económico territorial en América Latina y el Caribe. El caso de Colombia. Santiago de Chile: Naciones Unidas, 2008. 120 p. (LC/L.2836-P; LC/IP/L.284) ISBN: 978-92-1-323143-2. p. 42

economía y el marketing. Asimismo, incorpora numerosas funciones del gobierno local y del sector privado, tales como la planificación medioambiental, el desarrollo de empresas, la provisión de infraestructuras, el desarrollo inmobiliario y la financiación⁷.

El DEL es un proceso que comprende tres dimensiones: la económica, que incluye los medios de producción por cuyo intermedio las empresas locales pueden usar eficazmente los recursos locales, generar economías de escala y acrecentar su productividad y competitividad en el mercado; la sociocultural, es decir, la red social y económica en que los valores y las instituciones apoyan el proceso DEL, y la dimensión política y administrativa, que atañe a las iniciativas que crean un entorno local y comercial favorable al fomento del desarrollo económico local (ALBURQUERQUE, 2004).

Estas definiciones comparten varios aspectos que no solían tomarse en cuenta en las teorías DEN. El primer aspecto tiene que ver con el asumir las características específicas de ciertos territorios, lo que puede afectar al funcionamiento adecuado de los mecanismos espontáneos del mercado o a las políticas formuladas para un área sin tener en cuenta las características locales. El segundo, remite a la naturaleza multidimensional de los problemas de empleo, presentados normalmente como un desequilibrio entre la oferta y la demanda. Así, factores como la capacitación, la vivienda o la movilidad, la asistencia médica, las limitaciones del salario mínimo y otros, de hecho solo pueden identificarse y manejarse con precisión y cerca de los interesados, lo que implica que las iniciativas deben planificarse, ejecutarse y coordinarse a nivel local. El tercero, se relaciona con el contexto de economía global de los países, en virtud del cual se justifica el enfoque local, pues permite una mayor sinergia entre las bases económicas y sociales de los mercados (ALBURQUERQUE, 2004).

En ese sentido, toda Estrategia de Desarrollo Local está fuertemente ligada a la ejecución de políticas sectoriales que impulsen y fortalezcan el desarrollo la infraestructura física para el desarrollo, la valorización del recurso humano, el desarrollo de mejores sistemas de gestión organizacional tanto pública como privada, la financiación necesaria para llevar a cabo el proceso y el desarrollo de sistemas de producción amables con el medio ambiente, de manera que se generen factores claves de competitividad en cada territorio.

⁷ TELLO, Mario. Del desarrollo económico nacional al desarrollo local: aspectos teóricos. Revista CEPAL N° 102. Diciembre, 2010.

Bien sea que se hable de Desarrollo Económico Territorial o Local, ambos procesos persiguen el mismo objetivo: lograr el desarrollo económico y mejorar el sistema productivo y la calidad de vida de los habitantes de determinado territorio. Ambos procesos, son concebidos y entendidos como procesos de carácter endógeno que se construyen en base a las características propias con que cuenta cada ente territorial en su interior. Por ello, las estrategias y políticas DET y DEL no suelen ser muy diferentes unas de otras, y en el mismo sentido, los factores que determinan el éxito de las mismas.

Al respecto, Boisier plantea que el desarrollo de un territorio organizado depende de la existencia y articulación de seis factores: Los actores presentes en el territorio, las instituciones/organizaciones, la cultura, los procedimientos utilizados por las instituciones del área, los recursos con que cuenta el territorio, y el entorno. Por lo general, estos factores están presentes en casi cualquier territorio. La cuestión central reside en la maximización del potenciamiento de cada factor y en el logro de una articulación densa e inteligente con una direccionalidad claramente establecida, de manera que aprovechando las características culturales propias de cada territorio se potencie su desarrollo al lograr que los actores del mismo, quienes finalmente toman las decisiones según su nivel de poder e influencia, trabajen de manera mancomunada y comprometida con los procesos DEL, agilizando los procesos burocráticos, la toma de decisiones y fortaleciendo la institucionalidad con eficiencia, procurando de este modo, generar competitividad en la región y una mejor relación del mismo con su entorno tanto interno como externo (BOISIER, 1996).

El enfoque estratégico del desarrollo local se sirve de dos herramientas conjuntas que resultan indispensables a la hora de pasar de la discusión y los planes a las realidades locales: La *Planificación Estratégica* y la *Gestión Estratégica*.

Las técnicas de planificación estratégica son consecuencia de una evolución histórica que tiene sus inicios en tiempos de la revolución industrial en Inglaterra y Alemania. Los pensadores clásicos y posteriormente los neoclásicos fueron quienes influyeron en el proceso histórico de los sistemas de planificación en los ámbitos macro y micro. Sin embargo, el concepto de planeación estratégica como se conoce en la actualidad viene de la escuela de negocios de Harvard que en los años ochenta lo aplicó a la empresa privada con el fin de que ésta alcanzara un alto grado de competitividad en el mercado, teniendo presente los movimientos de la competencia para alcanzar un único objetivo, el éxito empresarial.

Hoy en día, esta herramienta es usada a la hora de elaborar planes de desarrollo regionales, en los cuales se utilizan métodos participativos, donde se trabajan las fortalezas y debilidades de un territorio y se trazan los lineamientos estratégicos para que sean regiones competitivas, así, esta herramienta se aplica para rescatar ciertas características especiales de algunas localidades y sus fortalezas para que sean la base de un desarrollo local (ELIZALDE HEIVA, 2003).

La Planificación y la Gestión Estratégica aplicadas al desarrollo local, surgen como un polo a tierra para las elevadas discusiones sobre el tema, que lejos de ofrecer una guía, suelen perderse en un sinnúmero de elucubraciones. También, de la necesidad de garantizar la cooperación y el compromiso de trabajo entre el sector público y privado, de manera que cada uno sienta que al trabajar por el bien común, se está beneficiando al satisfacer sus propias expectativas, demandas y necesidades. Al respecto, cabe anotar que hoy por hoy ambos sectores se encuentran de por sí mucho más interesados en gestionar este tipo de procesos. Así, el sector público busca, mediante este proceso, mejorar sus niveles de eficiencia, de respuesta ante las crisis y de credibilidad frente a la opinión pública. Mientras que, el sector privado, va detrás de una dinámica empresarial que le permita alcanzar y mantener el éxito competitivo.

Desde este punto de vista toda estrategia de desarrollo local, es en últimas, un proceso sistémico compuesto por dos grandes etapas: La Planificación y La Gestión. De ahí que surja la necesidad de contar con unos elementos básicos y de una lógica, de modo que se asegure su correcta implementación y por ende el éxito del proceso.

Romeo Cotorruelo, define un curso de acción para el proceso de Planificación Estratégica que en primer lugar debe contar con una red multidisciplinar de trabajo que diseñe y lidere tanto la planificación de las estrategias como la gestión del plan a seguir. En este punto, es importante contar con una entidad central que organice y coordine eficazmente, las demandas, expectativas, necesidades y requerimientos de todos y cada uno de los actores involucrados en el proceso. También, deben crearse grupos de trabajo encargados de llevar a cabo la reflexión proactiva de cada uno de los ítems señalados como prioritarios para el desarrollo competitivo del territorio. Estos grupos y su labor resultan cruciales si se piensa en que brindan todo el apoyo documental para la posterior toma de decisiones sobre temas clave. Una vez reunidos los elementos esenciales, la lógica o metodología operativa a seguir es: Organizar el proceso planificador; explorar el territorio con el fin de identificar temas críticos alrededor de los cuales deban constituirse grupos de trabajo; elaborar un diagnóstico estratégico de la

situación competitiva del territorio, la matriz de actores y la matriz DOFA del territorio; diseñar el Plan de Acción en donde se establezcan los objetivos a alcanzar mediante los esfuerzos asumidos por la comunidad; y finalmente, seleccionar las estrategias básicas y funcionales que conduzcan al cumplimiento de los objetivos propuestos (COTORRUELO, 2001).

En cuanto a la Gestión Estratégica, ésta hace referencia a dirigir eficazmente en el territorio todo el curso de acción ya propuesto, articulando los actores locales principales de manera que se logre el desarrollo competitivo del sistema productivo-territorial. Es ahí cuando se ve la importancia de contar con un cuerpo central de dirección y un liderazgo integrador efectivos, de manera que en el camino no se desarticule el proceso sino que, antes bien, se preserven la claridad, la flexibilidad y la capacidad de asumir retos y tomar decisiones; sin comprometer con ello el éxito de la implementación de la estrategia de desarrollo local (COTORRUELO, 2001).

Son muchas las herramientas de planeación y gestión estratégica que han surgido en los últimos años. Sin embargo, una de las herramientas más fuertes y de mayor aplicación en el mundo, debido a sus resultados positivos es el marketing o mercadeo territorial, el cual es una estrategia que se enfoca en desarrollar un plan concreto que, partiendo de las potencialidades económicas, sociales y culturales de determinado territorio (identificadas previa investigación-diagnóstico del mismo), se encarga de promocionarlo, interior y exteriormente, para atraer hacia éste, turismo e inversión local y extranjera, y de esta manera, conseguir fortalecer la base productiva regional, la imagen del territorio, mejorar la calidad de vida de sus habitantes y por consiguiente impulsar la competitividad territorial y el desarrollo económico.

1.1.2 Competitividad y Desarrollo Económico Local

Durante las últimas décadas, las formas de organización mundial han pasado por una serie de cambios en cada uno de sus ámbitos, desde la economía, pasando por la política hasta las formas de organización social han presentado notables transformaciones, todo esto debido a la constante dinámica en la que nos encontramos inmersos. En la década de los ochenta, algunos de estos hechos se centraron en las variaciones que se iban dando en la forma en que se organizaban los procesos económicos, los cuales han hecho que las economías se vuelvan mucho más interdependientes, estos cambios han ido acompañados de una

reestructuración profunda de los procesos productivos, que se han flexibilizado al surgir nuevas tecnologías para cuya aplicación son indispensables nuevos conocimientos.

Con la globalización se puede apreciar una aceleración en el ritmo de vida, una reducción de las barreras y las distancias entre lugares, debido al desarrollo del transporte y las telecomunicaciones que tiende a hacer más accesibles los territorios llegando así a una mundialización de los sectores como consecuencia de las necesidades de los compradores y vendedores, de las políticas gubernamentales o de las infraestructuras de los países causando grandes diferencias en la posición competitiva entre empresas haciendo que sea necesario optar por la búsqueda e implementación de las ventajas competitivas por medio planeación estratégica.

A mediados de los 90 se hablaba de la competencia entre países, pero para finales del siglo XX, como consecuencia del fenómeno de la globalización, el concepto se amplía un poco más y la competitividad se empieza a asociar a diferentes áreas geográficas, ya sean empresas, industrias o, en un nivel más amplio, países o regiones. Es evidente que en un mundo globalizado, las distintas economías compiten para mantener y mejorar su nivel de vida. La competitividad, en términos generales, se refiere a la habilidad de una entidad de mantener una posición destacada en determinados mercados, que le permita un crecimiento y desarrollo económico y social elevado y sostenido. Es decir, cómo las naciones crean y mantienen un entorno que sostiene la competitividad de sus empresas. Para las empresas, ser competitivas significa estar presentes en los mercados, obteniendo ganancias superiores al promedio, consolidando su presencia y su capacidad de producir bienes y servicios que son demandados en los mercados, ya sea mediante una estrategia de diferenciación, o por el contrario compitiendo en costos.

Sin embargo, la competitividad no puede estar limitada a un determinado momento de auge y pretender que debido a ese auge no existe necesidad de seguir diferenciándose, al contrario estancarse conlleva a asumir un gran retroceso. Dentro de los territorios, los ciudadanos y la fuerza empresarial deben estar constantemente abiertos al cambio y a las mejoras, de manera tal que las instituciones y los centros de aprendizaje formen a trabajadores más calificados y las innovaciones y la maquinaria de alta calidad no se consideren un lujo sino herramientas para mantenerse en un mercado competitivo. Por tal razón, se afirma que:

La definición de competitividad varía históricamente. En diferentes periodos, son elementos distintos lo que determinan la capacidad para ingresar con éxito al mercado, para obtener una participación y sostenerla o incrementarla con el tiempo. Hasta hace poco, por ejemplo, las economías de escala y la productividad eran primordiales; conforme al nuevo paradigma, la calidad, la flexibilidad, la adaptación al cliente y la oportunidad en la entrega cobran creciente importancia⁸.

Todos los cambios que comienzan a verificarse, a medida que avanza el modelo globalizador impulsan a crear sociedades cada vez más abiertas y descentralizadas, lo que implica que estas deben enfrentar nuevos desafíos al formular sus estrategias de desarrollo, dado que se encuentran en un contexto de mayor complejidad, competencia e incertidumbre. De esta manera, se evidencia con más fuerza la importancia de rescatar la discusión sobre lo local como respuesta estratégica para conseguir el desarrollo económico a partir del aprovechamiento de los recursos y las características propias de cada región. Lo anterior se hace válido toda vez que el modelo económico actual demanda tanto de las organizaciones como de los territorios, el ser cada día más competitivos, como medio único de inserción y permanencia exitosa en los mercados internacionales; siendo para ello necesario el diferenciarse estratégicamente de los competidores.

El territorio es considerado ahora como un actor indirecto de la competitividad al transformarse en una plataforma sistémica de ella ya que en él se encuentra la malla de soporte en la cual anidan las actividades productivas competitivas, siendo tal malla un sistema de cooperación fabril de eficiencia variable. También, es considerado un actor directo de la competitividad en la medida en que es un espacio contenedor de una cultura propia que se traduce, como se dijo, mediante prácticas sociales históricas, en la elaboración de bienes y/o servicios indisolublemente ligados a tal cultura y a partir de los cuales se pueden construir nichos de comercio de elevada competitividad⁹.

⁸ PÉREZ, Carlota. La modernización industrial en América Latina y la herencia de la sustitución de importaciones. EN: Revista de Comercio Exterior. México, D.F. vol. 46, Nº 5, mayo.

⁹ BOISIER, Sergio. Globalización, Geografía política y Fronteras. Citado En: Anales de Geografía de la Universidad Complutense. ISSN: 0211-9803

En este sentido, Iván Silva¹⁰ plantea que en la nueva economía global sólo pueden competir los territorios que aprenden, es decir, aquellos capaces de adaptarse a las transformaciones de la estructura productiva mundial, con base en el conocimiento y su aplicación al sector terciario avanzado, a la industria de alta tecnología y/o a la agricultura comercial. Esto implica que los territorios subnacionales necesitan desarrollar sus respectivas habilidades y ventajas, o su capacidad de construirlas, para especializarse en áreas o sectores que tengan posibilidades de inserción internacional.

De este modo, los territorios que pretendan incursionar en un mundo globalizado deben fortalecerse siendo competitivos, pues es la competitividad una herramienta fundamental que permitirá que estos sobresalgan a nivel de comercio exterior, de investigación, de innovación y desarrollo, donde a través de adecuadas administraciones de los recursos y estructuras organizacionales responsables y comprometidas, se puedan desarrollar planes que generen oportunidades para los habitantes de un determinado territorio, es decir, se creen empleos, se realicen obras de infraestructura, etc., que exhiban al territorio y lo hagan atractivo para se lleven a cabo todo tipo de actividades que le permitan al mismo seguir por la senda del progreso.

Según Boisier¹¹ el mundo globalizado es altamente competitivo y por ello los territorios deben innovar para lograr posicionarse y mantenerse en un contexto internacional. Hoy, las tendencias muestran que los territorios más competitivos son aquellos en los que grandes ciudades se integran con sus entornos, es decir, se consolidan como una región. Esta tendencia tiene que ver con las ventajas que las regiones ofrecen a los territorios para competir en el mundo global: mayor eficiencia en el manejo de la oferta ambiental, en el uso del suelo (ordenamiento territorial), en el desarrollo e integración de sistemas de transporte y en la consolidación de conglomerados y redes de innovación.

Así las cosas, la discusión de la importancia que tiene la implementación de estrategias de desarrollo económico local, reviste en el papel fundamental que tiene el territorio, como espacio y fuente creación de ventajas competitivas propias, diferenciadas y sostenibles en el tiempo, que permitan a un país desarrollarse económicamente. Justamente allí es que estrategias como el

¹⁰SILVA LIRA, Iván. Desarrollo económico local y competitividad territorial en América Latina. EN: Revista de la CEPAL N° 85, Abril de 2005, p, 83

¹¹BOISIER, Sergio. La imperiosa necesidad de ser diferente en la globalización. El mercadeo territorial. La experiencia de las regiones chilenas. EN: Imágenes en el espejo. Aportes a la discusión sobre crecimiento y desarrollo territorial, Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca, México 2007.

marketing territorial cobran importancia, en la medida que buscan redescubrir esas ventajas competitivas únicas con que cuenta un territorio para en base a ellas, posicionar en el mercado mundial una imagen positiva del mismo a partir de la cual generar confianza, fortalecimiento institucional, atracción de la inversión y todo tipo de procesos que fortalezcan el aparato productivo, promoviendo el empleo y la mejora en las condiciones de vida de la población; constituyéndose así en un apoyo evidente a los procesos de Desarrollo Económico Local.

1.1.3 Marketing territorial como herramienta para el crecimiento y la competitividad regional

El apartado anterior, finalizó afirmando la importancia que tiene el enfoque estratégico del desarrollo local para agregarle pragmatismo a las discusiones sobre este tema, de manera que sea factible y realista llevar a los territorios la implementación de dichos procesos. Al respecto, se mencionó la importancia que tienen las herramientas de Planeación y Gestión Estratégica en cuanto al diseño de cursos concretos de acción que permitan trazar para los territorios objetivos claros y realistas y comprometer a todos los actores locales en el alcance de éstos. También, se introdujo el Marketing o Mercadeo Territorial como la herramienta estrella de este enfoque estratégico, en la medida que recoge lo mejor de la gestión y la planeación, pero extendiendo su alcance, al enfocarse en rescatar las mejores características culturales, naturales y competitivas de un territorio con el objeto de crear y posicionar una Imagen positiva del mismo tanto en el ámbito nacional como internacional, con el fin último de atraer turismo e inversión, fortalecer el sistema productivo interno, la confianza y por ende, propiciar la generación de condiciones óptimas de competitividad, asociatividad y crecimiento económico que potencien los procesos de Desarrollo Económico Local. En ese sentido, en esta sección se profundizará sobre esta estrategia de uso mundial y su relevancia como elemento que potencia el desarrollo local.

Para comprender la importancia que reviste esta herramienta como apoyo a los procesos DEL, debe comprenderse que hoy en día, los territorios que quieren incursionar en un mundo globalizado deben fortalecerse siendo competitivos, pues es la competitividad una herramienta fundamental que permitirá que estos sobresalgan a nivel de comercio exterior, de investigación, de innovación y desarrollo, donde a través de adecuadas administraciones de los recursos y estructuras organizacionales responsables y comprometidas, se puedan

desarrollar planes que generen oportunidades para los habitantes, que exhiban al territorio y lo hagan atractivo para se lleven a cabo todo tipo de actividades que le permitan al mismo seguir por la senda del progreso.

En el marco de la discusión sobre las estrategias del desarrollo local, el ser competitivo se constituye a la vez en medio y fin del proceso. En ese orden de ideas, la competitividad de una región se relaciona directamente con su capacidad de crear y mantener ventajas competitivas en el largo plazo, y también de lograr un posicionamiento estratégico por medio de la imagen que logren proyectar a escala internacional. En la época actual, en la cual se presentan problemas de estabilidad macroeconómica y el mercado interno resulta muchas veces insuficiente a la hora de absorber la producción, tanto el sector público como el privado se ven obligados a identificar y posicionar sus territorios y productos, usando aspectos diferenciadores como la cultura, su espacio biofísico, el saber hacer, la tradición, entre otros. En ese sentido, hoy en día es casi una necesidad para los entes territoriales que sus productos (bienes y servicios) sean competitivos, generen ingresos para así cumplir la función social de mejorar el nivel de vida de los habitantes locales y que traspasen las fronteras de forma que se logre explotar la identidad territorial en los mercados globales.

En respuesta a tal necesidad, en los últimos años se han venido implementando técnicas empresariales para ayudar a la planificación y gestión del desarrollo territorial, como es el caso del marketing, que para efectos de la estrategia de desarrollo local se conoce como Marketing o Mercadeo Territorial.

Usualmente, “el marketing (mercadeo) trata del conjunto de actividades por medio de las cuales se investiga acerca de las necesidades de una comunidad; desarrolla y produce los bienes y servicios adecuados a esas necesidades, y realiza las acciones pertinentes para orientar y colocar un producto al segmento específico, con la comunicación y en el momento adecuados y a un precio justo”¹². El mercadeo, como actividad social y con orientación humana, se caracteriza porque piensa en los consumidores y se dedica a medir las necesidades y deseos de éstos. En ese sentido, la teoría del marketing reconoce que el diseño de productos debe de orientarse a satisfacer las necesidades específicas de los segmentos a los cuales se orienta el producto. Así, genéricamente se habla de la estrategia de diferenciación de productos, lo que hace eficiente su posicionamiento.

¹² KOTLER, p. y. ARMSTRONG. Fundamentos de marketing. Sexta edición. Pearson Educación, 2003. México. p. 680

El Marketing Territorial, por su parte, se reconoce como el proceso mediante el cual se establecen estrategias en busca de generar posicionamiento, a nivel interno, fortaleciendo la identidad de los habitantes del territorio, y a nivel externo, atrayendo inversionistas, turistas y visitantes a la región. En este marco, todo plan de mercadeo territorial debe contar con la articulación de recursos, esfuerzos e iniciativas de los actores públicos, privados y sociales del departamento¹³.

La derivación de esta técnica empresarial al ámbito regional encuentra su causa en la necesidad que tenían los entes territoriales de hallar cursos de acción concretos y definidos que les permitieran generar procesos de autoaprendizaje como base de una formulación realista de objetivos y planes de desarrollo, que en el mediano y largo plazo, les permitiera concretar metas, incrementar la confianza de la comunidad, atraer capital y generar procesos de fortalecimiento empresarial, generación de empleo y mejora en las condiciones de calidad de vida de sus habitantes. Más aún cuando, gracias al fenómeno globalizador y descentralizador, con el correr del tiempo, eran más las responsabilidades económicas que pasaban de manos de los gobiernos centrales, de la mayoría de países occidentales, a las de los gobiernos regionales, municipales y locales. Así, ante la urgencia de ser autosuficientes, sostenibles, competitivos y exitosos, la filosofía del posicionamiento del producto y la marca vía diferenciación y la practicidad y eficiencia de las técnicas del marketing convencional, se convirtieron en la solución a los problemas que solían presentarse a la hora de llevar a la realidad los bonitos discursos de desarrollo local al interior de las regiones y localidades de diversos países en el mundo.

Para Boisier, el marketing territorial permite la diferenciación entre territorios donde cada uno de estos cuenta con ventajas que los hacen atractivos y los motiva a estar a la vanguardia de las necesidades de sus clientes. Pero dentro del marketing, el concepto de producto no sólo se refiere a objetos físicos, sino a un abanico de elementos mucho más extenso que abarca los lugares, las personas, las organizaciones, las ideas y las actividades y, en resumen, todo el conjunto de bienes materiales e intangibles.

Romeo Cotorruelo¹⁴, uno de los expertos mundiales de mercadeo territorial, considera que éste constituye en la actualidad una cuestión de vital importancia

¹³ ADEL METROPOLITANA. Mercadeo territorial. (en línea). (consultado 25 sep. 2011). Disponible en: http://www.adel.org.co/index.php?adm=&cont=ver_cont.php&area=2&opc=10

¹⁴ COTORRUELO MENTA, Romeo. Aspectos estratégicos del desarrollo local. EN: Transformaciones globales,

para el fenómeno del desarrollo local y regional; de hecho, el marketing urbano y regional es actualmente una de las actividades básicas de los responsables de la alta dirección de las ciudades y regiones; y es en este punto en donde se muestra la importancia del razonamiento de la interacción entre lo público y lo privado, no se puede dejar que cada uno trabaje por su lado sino por el contrario lograr esa relación ya que de igual modo todo va hacia un mismo fin y es lograr el desarrollo económico territorial y competitividad territorial. El autor sostiene que:

La cuestión de la Identidad y la Imagen Territorial, se ha convertido en un aspecto fundamental de la estrategia competitiva de las organizaciones territoriales, comenzando desde las locales, a los fines de la planificación y gestión estratégica del desarrollo competitivo del territorio, por lo tanto muestra lo fundamental de la identidad territorial como estrategia de desarrollo territorial, para competir con éxito y poder impulsar un proceso de desarrollo genuino¹⁵.

En ese sentido, el marketing regional se convierte en una de las principales estrategias de los gobiernos territoriales, y en un elemento fundamental para el proceso de formulación y puesta en marcha de estrategias competitivas de desarrollo territorial. Lo anterior implica que toda región que quiera ser competitiva, debe darse a la tarea de construir su Imagen de manera que ésta apalanque el logro de los objetivos planteados en las estrategias de desarrollo local. Es decir, debe preocuparse por desarrollar su Imagen Corporativa o Marca Territorial, que logre diferenciar estratégicamente los productos, servicios y atractivos de la región, que la promocióne de manera tal que comunicando el mensaje correcto, ésta logre ser reconocida y atractiva a los ojos de diversos proyecto de inversión. En palabras de Arocena:

No es posible la existencia de procesos exitosos de desarrollo local sin un fuerte componente de identidad que estimule y vertebre el potencial de iniciativas de un grupo humano”. Por eso, aspectos como la historia propia del territorio ocupado, son la base sobre la cual se construye la identidad local. La continuidad en el tiempo, vivida conscientemente por un grupo humano que se desarrolla en unos límites geográficos permite generar una acumulación cultural en términos de sistemas de normas y valores, lo que se constituye en el fundamento para la construcción de la identidad colectiva¹⁶.

Instituciones y Políticas de desarrollo local. Editorial Homo Sapiens, Rosario, 2001

¹⁵ Ibid., p. 16

¹⁶ AROCENA, J. Por una lectura compleja del actor local en los procesos de globalización. Desarrollo local en la globalización. CLAEH, Montevideo. 1999.

Como consecuencia, en el momento de diseñar marcas territoriales, como estrategia para el posicionamiento de los territorios, se valoran el patrimonio cultural propio de los territorios y la identificación de aspectos que reflejen la identidad y tradiciones del territorio, además es una tarea la cual debe ser realizada colectivamente entre los agentes del territorio, de forma que dichos aspectos sean prioritarios para el diseño, desarrollo y creación de marcas territoriales.

El reto está en construir marcas territoriales que añadan valor al conjunto de productos, servicios y eventos locales; que asuman la imagen territorial como una variable estratégica que consolide y dé coherencia al posicionamiento elegido en el mercado (posicionamiento que surgirá del plan estratégico), y que movilice los recursos intraterritoriales en torno a su identidad específica. Para esto se hace necesario:

El diseño del programa de gestión de imagen territorial se necesita de la utilización de técnicas de investigación (documentales, cualitativas y cuantitativas) y técnicas de análisis (estudios de posicionamiento e imagen del territorio, análisis de la política comunicativa, etc.) que permitan obtener información relevante. De ahí surge la necesidad de establecer una metodología sistemática y rigurosa en torno a la definición de la imagen que se quiere resaltar del territorio, donde se diseñe teniendo en cuenta aspectos como el conocimiento previo del territorio y de su posible desarrollo: lo que es realmente el territorio (lo que tiene, hace y representa); el conocimiento de la imagen pretendida y percibida sobre el territorio, sus productos y servicios por parte de los diferentes públicos internos y externos (cómo nos vemos y cómo nos ven); el conocimiento de la imagen difundida sobre el territorio por parte de los diferentes emisores y soportes (qué decimos y qué se dice de nosotros), todo esto como parte de una estrategia de comunicación del mercadeo territorial¹⁷.

Al respecto, Antonio López¹⁸ afirma que, una vez conocidas las especificidades económicas, sociales y geográficas del territorio, en lo referente a la dinámica de la población, la actividad económica, infraestructura, calidad de vida, formación de la población y el clima de negocios, cabe preguntarse qué puede hacerse para promocionar el territorio fuera. Para ello es necesario crear unos escenarios de

¹⁷ ARANDA, Yesid; COMBARIZA, Juliana. Las marcas territoriales como alternativa para la diferenciación de productos rurales. *EN*: Revista de agronomía colombiana. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá. octubre 1 de 2007. p. 373.

¹⁸ LOPEZ ESPINOLA, Antonio. Marketing territorial. [en línea] disponible desde internet en: < <http://www.formater.com/ressources/telechargement/article/marketing%20territorial.pdf> >

futuro probables y elaborar unas propuestas de actuación que van a ir dirigidas al diseño estratégico, orientado a mejorar la imagen y el atractivo territorial.

De este modo, se destacan cuatro etapas generales que componen toda estrategia de marketing o mercadeo territorial:

La primera de ellas tiene que ver con la selección de la audiencia objetivo a analizar, es decir, se debe seleccionar el segmento de actores que están fuera del territorio y que nos interesa que conozcan la imagen de las potencialidades del territorio. Este segmento de actores lo componen residentes, visitantes, fábricas, grandes empresas, empresarios, inversores, compradores extranjeros. Posteriormente, se identifican las características de cada grupo o segmento que proporcionará una información muy interesante a la hora de adaptar las potencialidades a la demanda. La tercera etapa consiste en la construcción de mapas evaluativos, lo cual dará una herramienta para la medición y determinación de la calidad visual que se percibe del territorio desde fuera de él, tomando como referencia la imagen que se tiene de otros territorios. Por último, se aplica una escala para la medición de la imagen percibida. El resultado obtenido a partir de la comparación hecha entre territorios dirá mucho acerca de los puntos clave en los que se debe empezar a trabajar, ya que como es de suponerse no es lo mismo una imagen negativa del lugar que una positiva. Una vez concluidos estos pasos puede posicionarse el territorio como área turística, como un lugar propicio para el desarrollo industrial, comercial o como un núcleo de prestación de servicios a otras industrias.

Puede verse entonces que el proceso crear y desarrollar una Marca Territorial es un asunto complejo y de carácter multidisciplinar dado que debe combinar elementos estéticos, éticos y racionales a fin de encontrar y/o rescatar la identidad del territorio sobre la cual se ha de construir la Marca del mismo. En el mismo sentido, los procesos de fortalecimiento de la identidad y de la creación de la imagen territorial, son una herramienta básica de la gestión estratégica del desarrollo económico territorial, a tal punto que hace parte de la estrategia competitiva de la mayoría de las organizaciones territoriales.

Gestionar la identidad territorial es un proceso que implica estudiar, planificar y ejecutar acciones coordinadas para lograr una crear en la gente un fuerte sentido de pertenencia con su país, su región o su ciudad; con sus organizaciones y con los productos y servicios de las mismas. Al punto que, donde quiera que se

encuentren, comuniquen el mensaje correcto acerca de sus territorios y sean el canal de mercadeo más directo y efectivo de la región en cualquier escala¹⁹.

Por ello, el proceso de Marketing Territorial se convierte en herramienta clave del desarrollo territorial, en especial por la necesidad de lograr diferenciarse y posicionarse con la creación de ventajas competitivas propias y con un estilo propio e inconfundible. Hecho que implica la creación de la Marca Territorial como elemento históricamente efectivo para tal fin.

La idea es lograr que lo bueno del territorio se redescubra y se promueva entre quienes forman parte de él pero también, que éste sea reconocido nacional e internacionalmente por diferentes países, organizaciones y más importante aún, que llegue a ser atractivo para diferentes proyectos de inversión. Esto es importante puesto que sea que se gestione o no, siempre va a existir una determinada “imagen territorial” en la mente de las personas, producto de sus observaciones, vivencias y de las noticias y comentarios que reciben de determinados lugares. Así, la idea es gestionar dicha imagen bien sea para fortalecerla o para redireccionarla de forma positiva; para que no sean solo apreciaciones y comentarios, sino para que efectivamente se cree una imagen formal, reconocida que lleve a que la ciudad sea identificada, en cualquier lugar, rápidamente y de sobretodo de forma positiva, por sus empresas, sus organizaciones, sus servicios, su calidad de vida, su riqueza natural y/o paisajística, su capital humano, su desarrollo tecnológico... etc. Palabras más, palabras menos, por su estilo de vida.

El proceso de gestionar estratégicamente la identidad e imagen territorial, requiere del desarrollo de mecanismos y la implementación de herramientas de comunicación efectivas para que exista realmente una amplia difusión de las ideas, conceptos, valores culturales y de las imágenes de soporte, que deben ser apropiadas tanto por quienes viven en el territorio como por aquellos actores externos para quienes también se diseña la estrategia en pro de mostrar al territorio como un lugar atractivo para ellos.

Ahora bien, para entender el territorio como un espacio en el cual se pueden erigir planes que promuevan su reconocimiento y al mismo tiempo su desarrollo, es importante valerse de herramientas como el Marketing Territorial que direccionan el trabajo en pro de tener claro conocimiento acerca de cuáles son las ventajas

¹⁹ Vale la pena decir al respecto, que un aspecto fundamental para que los ciudadanos sean portavoces del territorio, es que el gobierno local logre consolidar una imagen positiva en la opinión pública, a fin de que el ciudadano realmente crea y se sienta orgulloso de lo que en su región se hace.

competitivas con que cuenta del territorio, para articular esfuerzos y redireccionar recursos que permitan la construcción de una Imagen o Marca territorial desde la cual se generen proyectos que atraigan el turismo y la inversión al territorio como apoyo a las políticas DEL.

2 METODOLOGÍA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN DIAGNÓSTICO COMPETITIVO

2.1 DISCUSIÓN METODOLÓGICA

2.1.1 Principales Metodologías De Implementación

El nuevo contexto en el que se desarrollan las sociedades, caracterizado por el rápido cambio tecnológico y la globalización de las economías, exige grandes cambios en la administración de las organizaciones y en el gobierno de las regiones y países. La capacidad para asimilar el cambio en el entorno y derivar estrategias que sostengas los niveles de competencia en el mercado, se convierte en el principal reto de las sociedades. Por lo que cada vez se reconoce mas la importancia de incluir el tema de la competitividad en los planes de desarrollo nacionales y subnacionales. Sin embargo, mejorar los niveles de competitividad requiere dispones sistemáticamente de información permanente y actualizada que indague sobre los aspectos centrales del desarrollo y por ende tener conocimiento de los avances en la competitividad de los diferentes países.

En este sentido, instituciones de alto reconocimiento a nivel mundial se han encargado de la evaluación de la competitividad de las naciones. Entre estas se encuentran el Foro Económico Mundial (FEM) con su Reporte global de competitividad, el Banco Mundial con el Doing Business, y el Instituto para el desarrollo gerencial (IMD) con el WorldCompetitivenessYearbook.

A continuación se presentara una breve descripción metodológica de cada uno de estos esquemas metodológicos.

- **BANCO MUNDIAL “DOING BUSINESS”**

El Proyecto Doing Business²⁰ a cargo del banco mundial, proporciona una medición objetiva de las normas que regulan la actividad empresarial y su puesta en práctica en 183 economías y ciudades seleccionadas en el ámbito subnacional

²⁰BANCO MUNDIAL. Doing business. [en línea] disponible desde internet en:
< <http://www.doingbusiness.org/reports/global-reports/doing-business-2012>>

y regional. Al recopilar y analizar detalladamente datos cuantitativos para comparar en el tiempo los marcos reguladores de distintas jurisdicciones, Doing Business estimula cierto tipo de competencia entre las economías analizadas, a su vez ofrece índices ponderables para reformar y constituye un recurso útil para miembros de la academia, periodistas, investigadores del sector privado y otras personas interesadas en el clima empresarial de cada país. También ofrece detallados reportes del ámbito subnacional, que cubren de manera exhaustiva la regulación y las reformas de las empresas en diferentes ciudades y regiones de una economía o país. Estos reportes proporcionan datos sobre la facilidad para hacer negocios, clasifican cada localidad y recomiendan reformas para mejorar los resultados en cada una de las áreas de los indicadores.

El primer informe Doing Business, publicado en 2003, cubría cinco grupos de indicadores en 133 economías. El informe 2011 cubre once grupos de indicadores en 183 economías. El proyecto se ha beneficiado de la información aportada por gobiernos, la academia, profesionales en ejercicio entre otros. Sin importar los años que han pasado y las distintas adiciones, es importante resaltar que el objetivo del proyecto sigue siendo el mismo: proporcionar una base de datos objetiva para analizar, comprender y mejorar las normas que regulan la actividad empresarial.

Los datos se recopilan de manera estandarizada. Para lo cual se diseña una encuesta que hace alusión a un modelo de empresa sencillo para asegurar que se pueden establecer comparaciones entre economías y a través del tiempo, con suposiciones acerca de la forma legal de la empresa, su tamaño, su ubicación y la naturaleza de sus operaciones. Las encuestas se reparten a más de 8.200 expertos locales, incluyendo abogados, asesores comerciales, contadores, agentes de transporte, funcionarios del gobierno y otros profesionales que realizan labores de gestión o asesoramiento, de forma rutinaria, en torno a los requisitos legales y regulatorios. Estos expertos desarrollan varias rondas de interacción con el equipo de Doing Business, que incluyen llamadas por videoconferencia, correspondencia escrita y visitas²¹.

La metodología de Doing Business ofrece varias ventajas. Emplea información fáctica sobre el contenido de las leyes y regulaciones, permitiendo múltiples interacciones con los participantes locales de las encuestas para aclarar las dudas que puedan surgir a la hora de interpretar las preguntas. No es difícil obtener

²¹Ibid.,p.4

muestras representativas de los encuestados, debido a que se comparan las respuestas con el texto de las leyes vigentes y se contrastan las opiniones para mayor exactitud. La metodología no es costosa y se puede reproducir fácilmente, lo que permite la recopilación de datos en un gran número de economías. Debido a que las suposiciones utilizadas han sido estandarizadas para la recopilación de datos, las comparaciones y los puntos de referencia resultan válidos para las diferentes economías. Finalmente, los datos no solamente destacan la magnitud de determinados obstáculos regulatorios para hacer negocios sino que también ayudan a identificar su origen y a marcar los aspectos en que se podría reformar. No obstante, la metodología de Doing Business tiene cinco limitaciones que deben tomarse en consideración cuando se interpretan los datos. En primer lugar, la información recopilada se refiere a empresas en la ciudad más relevante para los negocios de una economía y puede no ser representativa de las prácticas regulatorias en otras partes de esa economía. En segundo lugar, los datos a menudo se centran en una forma societaria específica por lo general, una compañía de responsabilidad limitada o su equivalente con un tamaño determinado, que puede no ser representativa de la regulación sobre otros tipos de sociedad, por ejemplo las unipersonales. En tercer lugar, las transacciones descritas en un caso estandarizado se refieren a un grupo específico de obstáculos y pueden no reflejar el grupo completo de dificultades que afronta una determinada empresa. En cuarto lugar, la medición del tiempo incluye un elemento subjetivo en la opinión de los expertos encuestados. Si las fuentes indican diferentes estimaciones, los indicadores de tiempo de Doing Business representan el valor promedio de las diferentes respuestas que se hayan dado en torno a las suposiciones del caso estandarizado. Finalmente, la metodología presupone que la compañía tiene información completa sobre lo que se requiere y no desperdicia su tiempo al realizar los trámites. En la práctica, completar un procedimiento puede tomar más tiempo si la compañía no tiene suficiente información o no es capaz de seguir diligentemente las instrucciones.

- **Institute For Management Development (Imd) “World Competitiveness Yearbook”**

El Instituto para el desarrollo gerencial (IMD) publica cada año, desde 1989, el World Competitiveness Yearbook²² (WYC), que contiene el ranking de competitividad de los países a nivel mundial, donde analiza la forma como las

²²INSTITUTE FOR MANAGEMENT DEVELOPMENT (IMD). World Competitiveness Yearbook. [en línea] disponible desde internet en: < <http://www.imd.org/research/publications/wcy/index.cfm> >

externalidades afectan la competitividad empresarial. Dado que la competitividad de un país no puede ser reducida solo al PIB o a la productividad porque, aunque son variables determinantes de la competitividad, las empresas están influenciadas por aspectos políticos, sociales y culturales. El WCY analiza y rankea 59 países alrededor del mundo empleando 300 criterios, es la guía internacional para la medición de la competitividad.

El World Competitiveness Yearbook utiliza para el cálculo del ranking de competitividad de las naciones dos tipos de información: cuantificable y cualitativa. El primer tipo se refiere a indicadores estadísticos recopilados a través de organizaciones internacionales y regionales, instituciones privadas e institutos nacionales de estadística. Con respecto al segundo tipo de información, es capturada a través de encuestas de opinión enviadas a cada uno de los países del estudio e incluye preguntas que permiten evaluar las condiciones presentes y esperadas de la competitividad en esos países.

La metodología usada para calcular el ranking de competitividad de las naciones se ha ido refinando durante las últimas dos décadas de acuerdo con la evolución de las investigaciones en el área de la medición de la competitividad y en el cambio de las condiciones tecnológicas y estructurales que afectan el desempeño de los países. El WCY define 4 factores centrales de la competitividad: desempeño económico, eficiencia del gobierno, eficiencia de los negocios e infraestructura. A su vez, cada uno de estos factores se subdivide en 5 grupos como se muestra en el siguiente cuadro.

Tabla 1 Factores y Subfactores de la competitividad

Factores	Definición	Sub-factores
Desempeño económico	Evaluación macroeconómica de la economía doméstica	Economía doméstica Comercio internacional Inversión extranjera Empleo Precios
Eficiencia del gobierno	En qué medida las políticas del gobierno conducen a la competitividad	Finanzas públicas Política fiscal Marco institucional Legislación de los negocios Marco social
Eficiencia de los negocios	En qué medida las empresas se desempeñan de manera innovadora, rentable y responsable	Productividad Mercado laboral Finanzas Prácticas de administración Actitudes y valores
Infraestructura	En qué medida los recursos básicos, tecnológicos, científicos y humanos contribuyen a las necesidades de las empresas	Infraestructura básica Infraestructura tecnológica Infraestructura científica Salud y ambiente Educación

Fuente: World Competitiveness Yearbook, 2002

El cálculo del ranking para cada agrupación de criterios, emplea el valor estandarizado de cada variable. La manera operativa para calcular el ranking consiste en calcular el escalafón de cada criterio para cada una de las economías. En la mayoría de los casos un valor alto de la variable estandarizada implica mejores condiciones en la dirección de la competitividad, por ejemplo el PIB, la economía con el valor estandarizado más alto se ubica de primera, mientras que la economía con el menor valor de última.

- **FORO ECONÓMICO MUNDIAL “Índice Global de Competitividad”**

El Foro Económico Mundial es una organización internacional independiente comprometida a mejorar el estado del mundo por la participación de negocios, líderes políticos, académicos y de la sociedad para modelar las agendas globales, regionales e industriales. Trabaja por ser la principal organización que brinda iniciativas, construye y estimula la fuerza creativa, global, regional y aporta estrategias a las industrias con el fin de implementar una cultura global que propenda por el progreso de las naciones y el mundo²³.

²³ WORLD ECONOMIC FORUM. Global competitiveness. [en línea] disponible desde internet en: < <http://www.weforum.org/reports>>

El Reporte Global de Competitividad evalúa las fortalezas y debilidades comparativas de economías nacionales. Fue publicado por primera vez en 1979 e incluía 16 economías líderes europeas, hoy en día incluye 134 economías desarrolladas y emergentes alrededor del mundo, y planean un cubrimiento mayor en los próximos años. Por ser una autoridad en el tema, distintos medios y publicaciones a nivel mundial como periódicos y revistas reportan los resultados arrojados por el reporte. Los reportes y los índices han evolucionado a través de los años, expertos han colaborado con el FEM introduciendo nuevos y mejores caminos para medir la competitividad nacional.

El Reporte Global de Competitividad (RGC) evalúa exactamente la habilidad de los países para proveer altos niveles de prosperidad a sus habitantes, esto depende de cómo, de manera productiva, los países utilizan los recursos disponibles. Durante los últimos años el FEM ha basado su análisis competitivo sobre el Índice Global de Competitividad, (IGC), un índice que permite medir la competitividad nacional, teniendo en cuenta el entorno microeconómico y macroeconómico del país, además del conjunto de instituciones, políticas y factores que marcan los niveles de prosperidad económica en el corto y mediano plazo. El objetivo principal del reporte es dar herramientas a los hacedores de política para mejorar la competitividad y superar los obstáculos que la perjudican. Este índice fue desarrollado por el profesor Xavier Sala-i-Martin de la Universidad de Columbia que extiende y profundiza los conceptos abarcados por índices anteriores²⁴.

El método que se utiliza para calcular el IGC incluye 113 variables de los cuales dos terceras partes provienen de la Encuesta de Opinión Ejecutiva, que es una encuesta llevada a cabo por el FEM y que constituye una de las dos fuentes para el RGC y la tercera parte proviene de fuentes públicas de información, que pueden ser instituciones nacionales establecidas en cada país y socias del FEM, que constituyen la segunda fuente de información.

Las variables son organizadas en 12 pilares, cada uno representa un área considerada un importante aspecto y determinante para la competitividad:

²⁴ BONILLA URIBE Mario Javier. MARTÍNEZ GALLEGUO Mario Andrés. Análisis de la metodología para evaluar la competitividad: caso foro económico mundial y realidad empresarial colombiana. Tesis de grado administración de negocios internacionales. Bogotá .Universidad del Rosario. Facultad de Administración. Programa de Administración de negocios internacionales. 2010.

- Instituciones
- Infraestructura
- Estabilidad Macroeconómica
- Salud y Educación Primaria
- Educación Superior y Entrenamiento
- Eficiencia del Mercado de Bienes
- Eficiencia del Mercado Laboral
- Sofisticación del Mercado Financiero
- Preparación Tecnológica
- Tamaño del Mercado
- Sofisticación Empresarial
- Innovación

2.2 METODOLOGÍA DE SEGUIMIENTO A DIAGNÓSTICOS COMPETITIVOS DE ADEL METROPOLITANA

En el primer capítulo se habló acerca del Marketing Territorial como el proceso mediante el cual se establecen estrategias que buscan rescatar los aspectos positivos más representativos de un territorio para a partir de ellos, elaborar un plan de posicionamiento que lo haga atractivo tanto a nivel interno como externo de manera que atrayendo turismo e inversión de capital se generen procesos de crecimiento económico, generación de empleo y por ende la mejora de las condiciones de vida de su población y de su nivel de desarrollo económico.

Un Plan de Marketing o Mercadeo Territorial es un proyecto de carácter multidisciplinario que parte de un proceso de estudio y reconocimiento profundo de un territorio, que debe ser validado por quienes habitan en él, para que en consenso, se identifiquen las fortalezas y oportunidades a partir de las cuales se puede definir y fortalecer su imagen. Posteriormente se genera un proceso de promoción de dicha imagen al interior del territorio con el fin de que la comunidad crea y se identifique realmente con ésta. Por último, se organiza una campaña publicitaria para posicionar dicha imagen a nivel nacional e internacional, haciendo uso de los medios de comunicación más importantes. Todo ello con el fin último de atraer turismo e inversión a la región, en otras palabras, recursos.

Para el caso de las regiones Complejo Cenagoso de la Zapotosa y Hoya del Río Suarez, la entidad encargada de realizar el plan de marketing territorial para cada

una de ellas es la Agencia de Desarrollo Económico Local, ADEL Metropolitana. Dichas regiones, hacen parte de un grupo de 6 seleccionadas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en el marco del Programa DELCO (Desarrollo Económico y Comercio Local en Colombia), el cual busca Concertar, diseñar y ejecutar estrategias de Marketing Territorial que promuevan la valorización y posicionamiento del territorio con base en productos o servicios y/o potencialidades locales en cada uno de los seis territorios del proyecto DEL. Además de promover el desarrollo local equitativo y sostenible a través del fortalecimiento de los actores locales en la programación de los procesos de desarrollo económico local.

El proyecto “Diseño y Desarrollo de un Plan de Marketing Territorial como estrategia de fortalecimiento del Desarrollo Local”, busca identificar participativamente los elementos constitutivos de la competitividad del complejo Cenagoso de Zapatosa y de la Hoya del Río Suarez, para fortalecer sus respectivas marca región, dentro de una estrategia de Marketing territorial que facilite hacia el futuro, la atracción de turistas, visitantes e inversionistas a los territorios, mejorando así la competitividad de cada una de ellas y la calidad de vida de sus comunidades.

Estas regiones tienen en común los avances en el desarrollo de programas productivos y la implementación de estrategias para la promoción de sus productos locales. Así, se pueden identificar algunos productos representativos como el Complejo Cenagoso de la Zapatosa, que se destaca por la producción y explotación pesquera y de algunos productos de agricultura como la yuca, el maíz, el frijol y los cítricos, que son en mayor parte para el consumo local. En la Hoya del Río Suarez, se destaca la producción de bocadillo y la panela, con amplio reconocimiento a nivel nacional.

No obstante, estas regiones están poco posicionadas a nivel nacional y se evidencia la necesidad de configurar a la estrategia de promoción de los productos locales, otras características aprovechables y potencialidades de los territorios, como los atributos naturales, paisajísticos y otros atractivos turísticos. Así mismo, en el ámbito productivo y económico, las regiones mencionadas presentan dificultades referentes a la pérdida de espacio y competitividad a escala nacional, expresado en los bajos niveles de productividad, la insuficiencia del recurso humano calificado, los bajos niveles de innovación y aplicación de tecnología y la debilidad de las autoridades locales para orientar e impulsar la competitividad.

Para superar los problemas mencionados, el proyecto busca desarrollar estrategias de marketing territorial en estas regiones para aprovechar sus potencialidades y posicionar las localidades que las integran en el marco económico nacional. El objetivo es armonizar la marca territorial de cada subregión con estrategias de mercadeo departamental y nacional, apuntando a mejorar el posicionamiento de los productos locales, los atractivos turísticos y los demás factores diferenciadores que pueden ser objeto de atracción de turismo e inversiones. Además, la acción se centra en un esquema participativo para su desarrollo, donde los actores locales se involucran y actúan en la construcción de la imagen territorial de cada subregión como mecanismo de competitividad, diferenciación y valorización de los recursos endógenos.

Al finalizar el proyecto, se esperan, como principales resultados: lograr identificar y movilizar los recursos endógenos de cada subregión para impulsar una estrategia de promoción y posicionamiento territorial; fortalecer la institucionalidad local por la construcción de un Plan de Mercadeo Territorial participativo; desarrollar políticas de inclusión rural en los mercados nacionales; fomentar una cultura empresarial para promocionar la economía local y generar ingresos para el territorio; lograr la introducción de procesos de planificación participativa concretados en pactos territoriales, la concertación social y la participación ciudadana; lograr involucrar a las instituciones locales y al sector productivo en políticas de desarrollo; y finalmente, fortalecer la identidad territorial y el empoderamiento de las comunidades en la promoción de sus localidades.

El diseño de estos Planes de Marketing territorial, según la metodología adoptada por la ADEL, requiere como punto de partida un diagnóstico de identidad e imagen territorial que evidencie la situación que se vive al interior de cada uno de ellos en materia económica, social y cultural, de manera que ponga de manifiesto las potencialidades de donde se puede comenzar a construir la imagen que se quiere mostrar de cada uno de estos territorios. Esta labor se realiza en tres partes: Diagnóstico de ventajas competitivas, Caracterización de la identidad territorial y Estudio de imagen del territorio. Al ser el diagnóstico competitivo una actividad directamente relacionada con la economía, durante la práctica empresarial se dio especial énfasis a esta parte fundamental del proceso. En ese sentido, el desarrollo metodológico y la presentación de los resultados se concentraron en lo que fue la elaboración del Diagnóstico Competitivo en cada una de estas regiones, por ser este el alcance definido para el presente informe.

Para el análisis de las ventajas competitivas, como una medida que permite reforzar el posicionamiento en cada territorio, se considera indispensable que el diagnóstico contenga una revisión general de los 12 factores de competitividad evaluados por el Foro Económico Mundial para tener una idea del panorama y actual posición de cada región en términos socioeconómicos. Estos 12 factores fueron determinados para establecer el Índice de Competitividad Global (ICG) que publica el FEM, el cual está diseñado para medir los fundamentales micro y macroeconómicos de la competitividad, medida como el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país o región. Estos 12 factores son:

- **El entorno institucional**

El entorno institucional, según la definición del FEM, es el marco legal donde se desenvuelven las personas y empresas y su relación con los actores públicos tanto a nivel ejecutivo como judicial y legislativo. De acuerdo a Boisier, este factor resulta determinante en los procesos DEL pues la experiencia ha demostrado ampliamente que en cuanto más eficientes son las instituciones de un determinado lugar, mayores son sus niveles de crecimiento y desarrollo económico. Así las cosas, para el análisis de este factor se tienen en cuenta tres variables fundamentales: La corrupción, el orden público y la credibilidad. El estudio sobre la corrupción se enfoca fundamentalmente en determinar los niveles de ésta y los sectores en los que el problema se hace más visible. El tema de orden público observa la existencia y grados de seguridad, cultura ciudadana y del imperio de la ley en la región. Finalmente, se analiza la credibilidad para evaluar si la sociedad civil y empresarial confían o no en sus instituciones.

- **infraestructura amplia y eficiente**

La infraestructura es un factor fundamental de competitividad puesto que garantiza el funcionamiento eficaz de la economía en la medida en que determina la ubicación de la actividad económica y los tipos de actividades o sectores que se pueden desarrollar en una economía con una infraestructura desarrollada. La idea en este punto es exponer cómo está integrada la región tanto internamente como con el resto del país a nivel de conectividad vial, telecomunicaciones, servicios públicos, entre otros, dando especial interés a la existencia y estado de las vías (primarias, secundaria y terciarias), la infraestructura para el turismo y la cobertura en servicios públicos en las zonas rural y urbana de los territorios.

- **Déficit fiscal regional**

Se presenta un déficit fiscal cuando el Gobierno nacional, regional o municipal gasta más dinero del que recibe. Keynes expuso en su teoría que los déficit fiscales eran una herramienta para reactivar una economía cuando ésta se encontraba en recesión; sin embargo, algunos teóricos sugieren, por el contrario, que los déficit fiscales elevan el costo de vida de los ciudadanos, el cual se mide por medio de la inflación.

Esta variable es de importante consideración a la hora de medir la competitividad puesto que el exceso de gasto del gobierno debe ser pagado de alguna manera, bien sea vía disminución del gasto, aumento de los impuestos, endeudamiento interno o externo, o con emisiones de dinero. Acciones que, en el mediano y largo plazo, pueden afectar las políticas sociales y de inversión del gobierno; los impuestos, por ejemplo, pueden hacer que los ciudadanos dejen de consumir y de invertir por pagarlos, lo cual haría que la economía no creciera; los préstamos, por su parte, aumentan la deuda del gobierno y por tanto las tasas de interés que, a su vez, pueden llevar a una disminución de la inversión y, por último, las *emisiones de dinero* pueden terminar generando un aumento de la inflación.

De ahí la necesidad de evaluar qué tan comprometidas están las administraciones locales con sus regiones y cuál es el nivel de endeudamiento que manejan y el tipo de inversión que realizan.

- **Salud y Educación básica**

Una mano de obra saludable es vital para la competitividad de un país. Trabajadores que estén enfermos no pueden funcionar a su potencial, y serán menos productivos. La mala salud conduce a importantes costes para las empresas. Desde este punto de vista, se persigue determinar los niveles de desnutrición en la región, las principales causas de muerte y el porcentaje de cobertura/afiliación de la población al sistema de salud. De igual forma, otros temas a investigar que resultan relevantes en materia de competitividad son el índice de analfabetismo, el índice de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) y la razón educación media/población.

- **Educación superior**

En la sociedad actual, el conocimiento se ha configurado como el recurso más valioso para el incremento de la competitividad de toda organización y de toda economía. De ahí que sea tan importante invertir en la capacitación del recurso humano y proporcionarle a la población en general la oportunidad de acceder a un sistema de educación superior de calidad que permita con el tiempo entregarle a la sociedad trabajadores más productivos y superar la trampa de la pobreza. En ese orden de ideas, la evaluación de este factor se hace determinando el número de universidades presentes en la región y la razón profesionales/población.

- **Eficiencia del mercado de bienes**

Los mercados de bienes son eficientes cuando están en condiciones de producir una combinación adecuada de productos y servicios para suplir las necesidades por parte de la oferta y la demanda, así como de garantizar que los productos sean comercializados de manera más eficaz en la economía. Esto es importante porque la existencia de mercados saludables dentro de la competencia es un impulso para la eficiencia y para la productividad de las empresas. Así, interesa mirar si existen cadenas productivas fuertes en la región, si hay alta competencia y si los clientes de estos productos son mayoritariamente locales o están fuera de la región.

- **Eficiencia mercado laboral**

Un mercado que facilite la rápida contratación y estímulos laborales permite trabajadores más comprometidos en la región y niveles de productividad mayores al interior de las empresas. Por tal motivo se considera la eficiencia de este mercado como vital dentro de las condiciones de competitividad. Así, a la hora de analizar este factor se busca establecer la clase de empleo que domina al interior del sistema productivo (formal, informal, autoempleo, etc.) para lo cual se hace uso de variables como el porcentaje de afiliación al régimen contributivo, la tasa de desempleo y el número y grado de influencia de las organizaciones sindicales en el territorio.

- **La sofisticación del mercado financiero**

La actual crisis financiera mundial ha puesto de relieve la importancia crítica de los mercados financieros para el funcionamiento de la economía nacional. A nivel de

los territorios este factor es importante puesto que la inversión empresarial, crucial para la productividad, requiere economías con mercados financieros cada vez más sofisticados que puedan hacer que el capital disponible para inversiones del sector privado, cuente cada vez más con mayores opciones para incrementarse, tales como préstamos de un sector bancario sólido y bien regulado, bolsas de valores eficientes y seguras, capital de riesgo, y otros productos financieros.

A nivel de los territorios se busca evaluar si existe o no un sector financiero eficiente al servicio del empresariado local, mirando el número de personas con cuenta bancaria y el acceso de microempresas al crédito.

- **Preparación tecnológica**

Este factor mide la agilidad con la que una economía adopta las tecnologías existentes para mejorar la productividad de sus industrias. En particular se tienen en cuenta las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) que han evolucionado hasta convertirse en la tecnología de propósito general de nuestro tiempo. En ese sentido, se tienen en cuenta ítems como la existencia de una infraestructura eficiente para el acceso a las TIC de la población en general y del sector productivo (especialmente en temas de investigación y realización de transacciones), como componentes esenciales de las economías globales de nivel de madurez tecnológica. Para el caso local, este factor considera dos aspectos: la razón de personas con internet/población y la razón de personas que usan TIC/población.

- **Tamaño del mercado**

El tamaño del mercado afecta a la productividad, ya que los grandes mercados permiten a las empresas a aprovechar las economías de escala. Tradicionalmente, los mercados a disposición de las empresas se han visto limitados por las fronteras nacionales. Así las cosas, para determinar el tamaño del mercado se tienen en cuenta aspectos como el número de empresas existentes por sector, el tamaño de las mismas, el volumen de comercio en el mercado interno, los niveles y destinos de exportación, entre otros aspectos que permiten elaborar un croquis realista del tamaño y condiciones de este factor en un determinado lugar.

- **Sofisticación de las empresas**

La sofisticación de las empresas permite en el mediano y largo plazo configurar clústeres y asociaciones que fortalezcan los niveles de productividad, comercialización y competitividad del sistema productivo. Por ello, es importante determinar si en la región las empresas trabajan aisladamente o existen asociaciones, gremios o incluso se puede hablar de clústeres. Dos variables resultan pertinentes a este respecto: Número y calidad de los encadenamientos productivos y las cadenas productivas más sobresalientes.

- **Innovación**

El último factor de la competitividad definido por el FEM es la innovación tecnológica. Éste se analiza porque a pesar de las importantes mejoras que se pueden obtener en un territorio mediante la mejora de las instituciones, la construcción de infraestructuras, la reducción de la inestabilidad macroeconómica, o mejorar el capital humano de la población, con el tiempo, si no existen procesos de innovación, todos estos factores, entran en rendimientos decrecientes y ello reduce indefectiblemente los retornos de los empresarios, la eficiencia y absorción de la mano de obra y la estabilidad del mercado financiero y de bienes. Entonces, entendiendo que, a largo plazo, los niveles de vida sólo se pueden ampliar con la innovación tecnológica, se analiza en este último ítem el número de instituciones de educación superior existentes, de profesionales graduados en pregrado, maestrías, especializaciones, la existencia de grupos de investigación al interior de las empresas y universidades y el nivel de producción de éstos, el nivel de apoyo económico que el gobierno y el sector privado destinan para los proyectos de I&D y la existencia de instituciones y centros de investigación y parques tecnológicos en los territorios.

Una vez realizada la investigación y caracterización del territorio en cada uno de estos factores de competitividad, se concluye la etapa del Diagnóstico Competitivo en cada una de las regiones, el cual pretende ser un estudio integral del territorio que abarque los aspectos socioeconómicos más importantes dado que su objetivo es brindar a quienes han de diseñar y ejecutar el plan de marketing territorial, una visión completa desde de la cual se puedan trazar objetivos realistas y programas verdaderamente pensados para la mejora de las condiciones de vida de la comunidad local.

2.3 RESTRICCIONES EN LA APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA BASE DE ADEL METROPOLITANA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO COMPETITIVO EN EL COMPLEJO CENAGOSO DE LA ZAPATOSA Y HOYA DEL RÍO SUÁREZ

La poca información disponible en las bases de datos desagregadas de orden municipal que se tiene para cada una de las regiones y los municipios que las integran, fue una de las restricciones más apremiantes que se presentaron a lo largo del proceso de elaboración del diagnóstico cuando de investigar a partir de fuentes secundarias se trataba. La razón de este grave problema es que la mayoría de los municipios, si bien cuentan con una página oficial en éstas no se encuentra la información socioeconómica que se supone debe contener el sitio, aun cuando existan los portales para almacenarla. En los casos en los cuales se encontró información desagregada, ésta se encontraba desactualizada e incompleta, por lo tanto, en varias ocasiones se debió recurrir a la información departamental disponible como aproximación para las variables de orden municipal. Además, en las bases de datos de las principales instituciones nacionales como el Banco de la República, el DANE, el DNP, entre otros, no se encuentran trabajos sobre estos territorios, pues no son lugares de gran relevancia a nivel nacional.

Lo anterior, debe alentar a las alcaldías municipales a actualizar continuamente la información que presentan a la comunidad en general en sus páginas oficiales, dado que es uno de los medios de comunicación que le permite a los municipios mostrar al público los recursos con los que cuenta y la situación real que se vive en su interior. También, porque es la forma en que se espera hacer seguimiento a la situación económica, política, social y ambiental, como base para la elaboración de los estudios localizados que sirvan de guía para el diseño de los planes y proyectos de política económica en los sectores que se identifiquen como prioritarios y vulnerables.

La siguiente restricción tiene que ver con la participación de los actores del territorio en la construcción del proyecto. Así, lo que en teoría se espera es que el conjunto de actores locales, instituciones y la sociedad en general, deben estar inmersos en la construcción del diagnóstico, de tal forma que las acciones que se desplieguen en el Plan de Marketing, reúna una visión compartida del territorio y se garanticen los esfuerzos para llevar a cabo la implementación de éste, se

organizaron talleres para validar el diagnóstico propuesto por los ejecutores del proyecto a partir de la recopilación de información y realización de entrevistas a expertos locales. Sin embargo, en el desarrollo de estos talleres, se contó con poca asistencia de la comunidad, la cual justificaba su inasistencia, principalmente, debido a los problemas en las vías. En el mismo sentido, otro de los problemas fue la falta de conocimiento de los actores territoriales acerca de la importancia que tiene para el desarrollo local la implementación de estrategias de mercadeo territorial, puesto que a mayor desconocimiento es menor la credibilidad de la comunidad en el proyecto, reflejándose ésta en la falta de compromiso y asistencia a los talleres regionales.

Como restricción final a la implementación metodológica en la construcción de los diagnósticos se encontró, en la mayoría de los municipios de ambas regiones, muy poca disposición de los expertos locales o de los actores representativos del territorio, a la hora de conceder entrevistas, llenar encuestas y participar tanto en las mesas de trabajo como en la presentación de los resultados del diagnóstico para su validación por parte de ellos. Todo esto es desfavorable en la medida que es precisamente la mirada del experto local, de los empresarios, concejales, secretarios y demás actores de mediana y gran influencia en el territorio, la que podría enriquecer, complementar y orientar la elaboración de los diagnósticos competitivos de sus regiones.

3 DIAGNÓSTICO COMPETITIVO COMPLEJO CENAGOSO DE LA ZAPATOSA Y HOYA DEL RÍO SURÁEZ

3.1. Diagnóstico Competitivo Complejo Cenagoso De La Zapatosa

Ilustración 1 Mapa Departamento del Cesar



Fuente: Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial

El Complejo Cenagoso de la Zapatosa está ubicado en la zona norte de Colombia, abarca los municipios de Chimichagua, Tamalameque, Curumaní, Chiriguana, Astrea, El Paso, Gamarra, La Gloria, Pailitas y Pelaya, en el departamento del Cesar, y el municipio del El Banco, en el departamento del Magdalena. El sistema cenagoso ocupa un área de 40.000 hectáreas en promedio y un volumen de por lo

menos 1.000 millones de metros cúbicos de agua, por lo que es considerada la Ciénaga de agua dulce más grande de Colombia²⁵.

La Ciénaga es un conglomerado de 20 islas que forman un eslabón turístico y cultural donde se conserva una importante riqueza de fauna y flora y por ello constituye un importante atractivo ecoturístico a nivel nacional e internacional; allí también se practica la pesca artesanal y se conservan las costumbres y tradiciones de comunidades indígenas como los Arahuacos, Chimilas y Pocabuyes²⁶.

El total de la población que habita en esta zona, según datos de la proyecciones del Censo DANE para el 2011, es de 250.718 personas, aproximadamente el 20% del total de la población del Departamento del Cesar y de los cuales el 54,80% en promedio vive en las cabeceras municipales y el 45% restantes en la zona.

De acuerdo a la metodología anteriormente expuesta, el Diagnóstico Competitivo realizado para esta región, evaluó la posición de cada uno de los municipios que conforman la Ciénaga de la Zapatosa frente a los 12 Factores/Pilares de Competitividad definidos por el Foro Económico Mundial como los indicadores que permiten que una economía nacional o regional alcance niveles competitivos y sostenidos a largo plazo.

3.1.1 Instituciones.

De acuerdo al estudio de notoriedad realizado por la ADEL Metropolitana para el Complejo Cenagoso de la Zapatosa, en el monitoreo de medios reinciden las noticias que hacen alusión a los problemas de sostenibilidad financiera de las administraciones locales, los nexos de algunos representantes públicos con grupos armados y la comisión de delitos; problemas que evidencian las limitaciones para organizar y monitorear la representación política y la administración de las entidades locales, por lo que se pierde credibilidad y confianza hacia las instituciones, generando que la asignación de bienes públicos sea inadecuada, como se refleja en los altos niveles de corrupción.

²⁵ SISTEMA NACIONAL DE INFORMACIÓN CULTURAL. Sitios de interés Cesar. Ciénaga de la Zapatosa. [en línea]. [consultado 12 ag. 2011]. Disponible en <<http://www.sinic.gov.co/SINIC/ColombiaCultural/ColCulturalBusca.aspx?AREID=3&SECID=8&IdDep=20&COLTEM=213>>

²⁶ MARTÍNEZ, Catalina. Ciénaga de Zapatosa: Majestuosidad, Belleza y Romance. En: Revista el Viajero. [en línea]. [consultado 12 ag. 2011]. Disponible en <http://www.revistaelviajero.com/index.php?option=com_content&view=article&id=143:cienaga-de-zapatosa-majestuosidad-belleza-y-romance-&catid=5:viaje-en-pareja&Itemid=14>

En efecto, son comunes las denuncias por casos de corrupción en la región Caribe, siendo está una de las zonas de mayor riesgo del país. Según, la Contraloría Departamental del Magdalena, en el año 2009, en el municipio de El Banco, se presentaron 11 casos de implicaciones penales por corrupción en contratos celebrados por la administración local; así mismo, la Organización Transparencia por Colombia, mostró que en este municipio en el año 2005, el índice de transparencia municipal fue de 44,54 y de 44,80 en 2006, es decir, se presenta un riesgo muy alto de corrupción.

Otros municipios como Chiriguaná, figuraron en el ranking de los municipios con mayor riesgo de corrupción, efectuado por la Organización Transparencia por Colombia, para el periodo 2008-2009, indicando que en este municipio, los niveles de visibilidad y de control y sanción son bajos, por lo que el índice de transparencia fue de solo 38 sobre 100 puntos. A comparación de las cifras del ranking presentando en 2006, donde los únicos municipios del departamento del Cesar, que aparecen con riesgo muy alto fueron la Jagua de Ibirico con 32,12 puntos y pueblo bello con 32,65. De lo anterior, en el Complejo Cenagoso de Zapatosa, se evidencia una debilidad en los sistemas de control y autorregulación de las entidades públicas para erradicar los problemas de corrupción, así mismo, la Veeduría ciudadana no cuenta con las herramientas suficientes para denunciar los casos que limitan las finanzas del municipio para favorecimiento de intereses particulares sin que se muestren resultados sancionatorios.

De otra parte, los municipios de la región han sido en su mayor parte fuertemente golpeados por la violencia, muchos de sus pobladores han tenido que desplazarse a otros municipios para salvaguardar su vida, pese a que las condiciones han mejorado en los últimos años en materia de seguridad. La violencia se manifiesta con mayor fuerza en las zonas rurales; según la Fundación de Desplazados de Curumaní, FUNDECORSE, a octubre de 2007 contaban con cerca de 220 campesinos asociados que provienen de otros municipios aledaños pero también el municipio ha sido expulsor de personas en situación de desplazamiento puesto que se calcula que durante el periodo de mayor violencia (1994-2005), cerca del 30% de la población residente del área rural se desplazó hacia Bucaramanga, Bogotá y Valledupar por sentirse amenazados y por el riesgo de perder sus vidas dados los conflictos librados entre autoridades locales, guerrilla y paramilitares²⁷.

²⁷MINISTERIO DE PROTECCIÓN SOCIAL. Informe Curumaní. Disponible en: http://desplazados.antropologiamedica.com/index.php?option=com_content&task=view&id=42&Itemid=50. [Consultado 13 de octubre de 2011]

La tabla a continuación presenta el reporte de migración por desplazamiento elaborado por Acción Social para el periodo 1998-2011.

Tabla 2 Total Personas Desplazadas Recibidas 1998-2011

MUNICIPIO	TOTAL PERSONAS	TOTAL DE HOGARES
ASTREA	711	178
CHIMICHAGUA	833	173
CHIRIGUANÁ	2995	549
CURUMANÍ	4519	965
EL PASO	925	216
GAMARRA	411	91
LA GLORIA	900	237
PAILITAS	4647	939
PELAYA	3308	697
TAMALAMEQUE	519	102
EL BANCO	3561	781
TOTAL	23329	4928

Fuente: Elaboración Equipo Técnico ADEL Metropolitana. Datos Acción Social, Reporte General por ubicación geográfica.

Al respecto, se observa que, en suma, el Complejo Cenagoso de la Zapatosa ha recibido durante los últimos 13 años, un total de 23.329 personas. De igual forma, son Pailitas, Curumaní, El Banco, Pelaya y Chiriguaná, los municipios con mayor recepción de migrantes de la región.

En cuanto a la presencia de grupos armados, en el Cesar, la guerrilla del ELN y las FARC están asentadas en el territorio desde la década de los 70, las FARC contaba con los frentes 49 y 51 bastante fortalecidos y el ELN con sus frentes 6 y 12. El frente 41 de las FARC actuó con mayor fuerza en los municipios de Chiriguaná y Curumaní; la implementación de estos grupos en la región, obedeció al propósito de ocupar la Serranía del Perijá como centro de despliegue entre la frontera con Venezuela, como corredor de importancia para el tráfico de armas y existencia de cultivos ilícitos.

Dicha situación obedecía al periodo 2001-2007, posterior a la sanción de la Ley 782 de 2003 para promover la desmovilización de los grupos armados. En la región las desmovilizaciones significaron el desmonte de la estructura paramilitar,

aunque no en su totalidad. Según estudio realizado por la Corporación Nuevo Arcoíris, durante el período 1997-2001, los municipios de Curumaní, Tamalameque y Chiriguaná presentaron niveles de homicidios por encima de los promedios nacional y departamental; en el periodo 2002-2007, dicha situación mejoró para estos tres municipios, pero empeoró en el caso de Chimichagua que en el primer periodo presentaba tasas de homicidios bajas²⁸.

La delincuencia común está incursionando en las zonas urbanas, motivo por el cual las autoridades locales han emitido mayores controles de seguridad, reduciendo los horarios de circulación de motocicletas y a las ventas de bebidas alcohólicas, aumentando el pie de fuerza y sensibilizando a la ciudadanía para que apoye en la denuncia y entrega de delincuentes. Así mismo, en los municipios donde se han presentado actos violentos, se están organizando concejos de seguridad donde además de ciudadanos, participan miembros de la brigada del ejército del Cesar, policía y algunos representantes del sector público local. Es común, encontrar noticias en diarios locales, que evidencian que las condiciones de seguridad en estos municipios requieren ser reforzadas, en especial en el periodo electoral, donde suelen incrementarse los actos de violencia, amenazas y muertes de candidatos²⁹.

Un aspecto positivo a destacar es que la gobernación del departamento presenta a sus ciudadanos la Rendición Pública de Cuentas, la cual se ha constituido como un escenario de diálogo con la Comunidad y con todos los actores que de una u otra manera participan en la construcción del desarrollo del territorial, también se destaca la importancia de la socialización de los proyectos por medio de foros, que tienen como entre otros fines, impulsar la ciénaga de Zapatosa como una región que brinde turismo sostenible, que permita lograr una mayor conservación y desarrollo.

En consecuencia se ha generado la integración de los habitantes de los pueblos de esta zona ha conllevado al aumento del crecimiento urbano y al mismo tiempo a que se denomine centro local. Algunas de las actividades que se han realizado en pueblos como Curumaní se han centrado en el apoyo que los mismos habitantes han generado en temas de gestión administrativa, telecomunicaciones y salud.

²⁸ CORPORACION NUEVO ARCO IRIS. Monografía Político Electoral, Departamento de Cesar, 1997 al 2007.

²⁹ DIARIO EL PILÓN. Sección Judicial. Amenazan a una aspirante a la alcaldía de Curumaní. [en línea]. (Mayo 20 de 2011). [consultado 13 ag. 2011]. Disponible en <<http://www.elpilon.com.co/inicio/amenazan-a-una-aspirante-a-la-alcaldia-de-curumani/>. 20 de mayo de 2011. >

En definitiva los problemas de delincuencia común, conflicto armado y corrupción mitigan la confianza y credibilidad de la ciudadanía en sus dirigentes y aunque la comunidad local reconoce que las instituciones públicas tienen un lugar representativo dentro del territorio, los participantes de los talleres de diagnóstico realizados en el marco de este proyecto, han manifestado que los esquemas de participación ciudadana en la región aun son débiles pero que con el esfuerzo del sector institucional y de la comunidad pueden mejorarse.

3.1.2 Infraestructura

La situación de infraestructura regional es una asignación pendiente en la región. La mayor parte de los municipios no cuentan con vías pavimentadas de acceso y en épocas de invierno, suelen sufrir inundaciones que dejan a sus habitantes incomunicados con otras regiones, donde los mayores estragos se evidencian en las vías secundarias y terciarias. Además, en la región se presentan continuamente problemas de seguridad en las vías; según la Fundación Seguridad y Democracia, en la carretera de Curumaní a Valledupar, se presentan retenes de las FARC como medida para atraer y aliviar la presión que las fuerzas militares hacen a la guerrilla en la zona³⁰.

Así mismo, el acceso y desplazamiento a los diferentes municipios del Complejo Cenagoso, se dificulta por la existencia de ondulaciones, falta de señales y deterioro de carreteras. La ciudadanía se manifiesta inconforme por la falta de mantenimiento; en vías como El Banco- Chimichagua, se presentan con frecuencia accidentes y posterior a las lluvias el acceso es muy limitado, por lo que estas zonas quedan alejadas del resto de la Depresión Momposina por ser el único tramo de conexión con las mismas³¹.

Lo anterior indica que la infraestructura física local en lo referente a conectividad vial, no está generando condiciones para el desarrollo local y la reducción de pobreza y un ejemplo concreto son las escasas vías pavimentadas, en especial de

³⁰FUNDACION SEGURIDAD Y DEMOCRACIA. Informe Especial. Seguridad en las carreteras de Colombia. (Resumen). [en línea]. [consultado 13 ag. 2011]. Disponible en <<http://www.cooperacioninternacional.com/descargas/laseguridadenlascarreterasdeColombia>>

³¹ DIARIO EL INFORMADOR. Ondulaciones en la vía El Banco-Chimichagua ponen en peligro seguridad de conductores. [en línea]. (Enero 18 de 2011). [consultado 13 ag. 2011]. Disponible en <http://www.elinformador.com.co/index.php?option=com_content&view=article&id=10373:ondulaciones-en-la-via-el-banco-chimichagua-ponen-en-peligro-seguridad-de-conductores&catid=83:en-la-region&Itemid=460>

los municipios con mayor vocación agropecuaria y la incapacidad de contar con vías directas para sacar los productos e incursionar en la economía nacional y así aprovechar las ventajas de la actividad productiva local.

Otro aspecto débil en el territorio es la baja cobertura de servicios públicos en los municipios con jurisdicción en la Ciénaga de Zapatosa. Según el Censo 2005 realizado por el DANE, en los municipios de El Banco, Chimichagua, Tamalameque y Chiriguaná se presentan coberturas inferiores al 60% en servicio de acueducto y alcantarillado, en especial en las zonas rurales y con excepción del municipio de Curumaní donde los niveles son del 80% y 62% respectivamente. Lo anterior constituye un problema de salud pública puesto que los residuos producen enfermedades infecciosas, donde los menores de edad son los más vulnerables y generan contaminación por que la disposición final de las aguas se hace sobre las ciénagas, ríos y en las mismas calles.

Así mismo, el DANE también muestra la escasa cobertura en el tema de gas domiciliario, que en estos municipios está en niveles inferiores al 30%, representando un riesgo para el equilibrio ambiental ante la necesidad de cocinar con leña lo que provoca la tala indiscriminada de árboles, manglares y otros sistemas maderables de la Ciénaga que a su vez son el refugio y hábitat de varias especies de aves y algunos mamíferos.

Además, se evidencian disparidades en las condiciones de acceso y calidad de los servicios entre las zonas urbanas y rurales, especialmente en el suministro de acueducto, gas, alcantarillado y teléfono. Así, en las zonas rurales de todos los municipios no cuentan con servicios de gas, el municipio de Pailitas no cuenta con servicios de acueducto y alcantarillado y en el suministro de energía eléctrica la peor situación la muestra el municipio de Astrea donde casi el 50% de la población rural no cuenta con este servicio. En la zona urbana, se muestran en cambio mejores niveles de cobertura para todos los municipios, salvo los suministros de gas natural y de teléfono.

A continuación se presenta el ranking del porcentaje de cobertura en servicios públicos, tanto para la zona rural como para la zona urbana del Complejo Cenagoso de la Zapatosa, con base en información del Censo de 2005(Ver Tabla 3).

Tabla 3 Ranking Cobertura en Servicios Públicos Zona Urbana Zapatosa

RANKING EA ELÉCTRICA		RANKING ALCANTARILLADO		RANKING ACUEDUCTO	
MUNICIPIO	EA ELÉCTRICA	MUNICIPIO	ALCANTARILLADO	MUNICIPIO	ACUEDUCTO
EL PASO	99,10%	PAILITAS	90,34%	EL PASO	98,24%
ASTREA	98,54%	TAMALAMEQUE	85,19%	PELAYA	97,49%
GAMARRA	98,50%	EL PASO	84,06%	LA GLORIA	97,18%
LA GLORIA	98,04%	EL BANCO	59,23%	PAILITAS	96,34%
PAILITAS	98,02%	PELAYA	55,89%	TAMALAMEQUE	94,86%
PELAYA	97,87%	ASTREA	48,99%	CHIMICHAGUA	93,94%
CURUMANÍ	97,83%	GAMARRA	45,78%	CHIRIGUANÁ	93,59%
CHIMICHAGUA	97,18%	CURUMANÍ	43,21%	ASTREA	93,13%
CHIRIGUANÁ	96,69%	CHIMICHAGUA	37,43%	GAMARRA	91,09%
TAMALAMEQUE	96,48%	CHIRIGUANÁ	32,46%	EL BANCO	89,36%
EL BANCO	96,43%	LA GLORIA	19,50%	CURUMANÍ	50,57%

RANKING GAS		RANKING TELÉFONO	
MUNICIPIO	GAS	MUNICIPIO	TELÉFONO
LA GLORIA	55,26%	CURUMANÍ	32,92%
CHIMICHAGUA	53,89%	PELAYA	31,42%
GAMARRA	49,72%	LA GLORIA	30,94%
CHIRIGUANÁ	46,72%	GAMARRA	25,33%
PAILITAS	44,76%	EL PASO	21,55%
TAMALAMEQUE	36,88%	EL BANCO	20,94%
CURUMANÍ	32,41%	CHIMICHAGUA	17,41%
EL PASO	29,32%	TAMALAMEQUE	16,64%
ASTREA	0%	ASTREA	14,83%
PELAYA	0%	PAILITAS	14,48%
EL BANCO	0%	CHIRIGUANÁ	12,70%

Fuente: Elaboración Equipo Técnico ADEL Metropolitana. Datos DANE, Censo 2005

Se observa, que en general, la zona urbana del complejo registra buenos porcentajes de cobertura en Energía Eléctrica y Acueducto. Los demás servicios,

presentan una cobertura deficiente, especialmente el tema del alcantarillado en municipios como Chiriguaná y la Gloria, en donde más del 60% de la población urbana carece de este servicio, lo cual puede derivar graves problemas de salud pública.

Tabla 4 Ranking Cobertura en Servicios Públicos Zona Rural Zapatosa

RANKING EA ELÉCTRICA		RANKING ALCANTARILLADO		RANKING ACUEDUCTO	
MUNICIPIO	EA ELÉCTRICA	MUNICIPIO	ALCANTARILLADO	MUNICIPIO	ACUEDUCTO
EL PASO	89,56%	GAMARRA	23,33%	EL PASO	68,66%
GAMARRA	84,65%	EL PASO	23,25%	CHIRIGUANÁ	59,16%
TAMALAMEQUE	81,87%	CURUMANÍ	19,05%	GAMARRA	59%
CURUMANÍ	79,82%	PELAYA	18,22%	CURUMANÍ	57,59%
CHIRIGUANÁ	78,41%	LA GLORIA	16,25%	LA GLORIA	49,15%
LA GLORIA	77,04%	TAMALAMEQUE	9,99%	TAMALAMEQUE	46,14%
EL BANCO	73,95%	CHIRIGUANÁ	6,94%	PELAYA	44,01%
PAILITAS	72,21%	ASTREA	5,44%	CHIMICHAGUA	41,44%
CHIMICHAGUA	71,41%	CHIMICHAGUA	1,48%	ASTREA	34,73%
PELAYA	68,36%	PAILITAS	0,30%	EL BANCO	25,95%
ASTREA	57,70%	EL BANCO	0,25%	PAILITAS	2,13%

RANKING GAS		RANKING TELÉFONO	
MUNICIPIO	GAS	MUNICIPIO	TELÉFONO
PAILITAS	3,39%	EL PASO	5,83%
LA GLORIA	1,61%	GAMARRA	4,93%
CURUMANÍ	1,23%	CHIRIGUANÁ	3,01%
PELAYA	1,16%	CHIMICHAGUA	2,53%
TAMALAMEQUE	0,66%	EL BANCO	1,96%
GAMARRA	0,41%	TAMALAMEQUE	1,62%
EL BANCO	0,39%	PELAYA	1,58%
ASTREA	0%	LA GLORIA	1,49%
EL PASO	0%	PAILITAS	1,36%
CHIMICHAGUA	0%	ASTREA	0,60%
CHIRIGUANÁ	0%	CURUMANÍ	0,05%

Fuente: Elaboración Equipo Técnico ADEL Metropolitana. Datos DANE, Censo 2005

En la zona rural de cada municipio, la situación de cobertura en servicios públicos básicos es realmente precaria. Sin embargo, se evidencia una cobertura aceptable en el servicio de energía eléctrica y el municipio de El Paso, presenta mejor condición general en cobertura de servicios públicos, pese a presentar un 0% en cobertura de Gas, que es la situación que se presenta en la mayoría de los municipios de la región. En contraste, los municipios de Astrea, Pailitas, El Banco, Chiriguanña y Curumaní, presentan condiciones realmente deficientes de cobertura. Todo esto, sugiere la necesidad de diseñar proyectos de orden local destinados a mejorar la calidad de vida de la población rural del Complejo.

3.1.3 Déficit Fiscal Regional

Según los actores participantes en las mesas regionales, las administraciones locales no tienen suficiente autonomía para hacer un efectivo uso de los recursos fiscales de sus municipios, puesto que no se tiene suficiente capacidad de solvencia frente a fuentes provenientes de las regalías de la actividad minera, que para el caso de los municipios del Complejo, sólo beneficia a dos de ellos.

En cuanto al desempeño fiscal de los municipios de la región se puede observar una gran disparidad entre los mismos. En el caso de Curumaní se observa que es el que presenta mayores ingresos corrientes per cápita, a diferencia de Chimichagua con los niveles más bajos y que también está entre los municipios con menor capacidad de recaudo en el departamento del Cesar³². Además, según el ranking de desempeño fiscal, publicado por el Departamento Nacional de Planeación en el 2010, el municipio de Chimichagua es el único de la región que presenta valores inferiores al promedio departamental (57,21), en cambio en el municipio de Curumaní se presenta el mejor nivel de desempeño fiscal después de Valledupar (78,16).

³² ALCALDIA DE TAMALEMEQUE. Ranking Municipal del Cesar. [en línea]. [consultado 19 ag. 2011]. Disponible en <<http://tamalameque-cesar.gov.co/apc-aa-files/38643230663332356538666130633464/GacetaCesar>>

Tabla 5 Ranking Desempeño Fiscal 2010

MUNICIPIO	PORCENTAJE DE INGRESOS CORRIENTES DESTINADOS A FUNCIONAMIENTO 1/	MAGNITUD DE LA DEUDA 2/	PORCENTAJE DE INGRESOS QUE CORRESPONDEN A TRANSFERENCIAS 3/	PORCENTAJE DE INGRESOS QUE CORRESPONDEN A RECURSOS PROPIOS 4/	PORCENTAJE DEL GASTO TOTAL DESTINADO A INVERSIÓN 5/	CAPACIDAD DE AHORRO 6/	INDICADOR DE DESEMPEÑO FISCAL 7/	POSICIÓN 2010 A NIVEL NACIONAL	POSICIÓN 2010 A NIVEL DEPARTAMENTAL
ASTREA	61,32	-	90,48	29,52	90,92	34,54	62,42	763	21
EL PASO	58,37	13,26	86,38	72,85	80,63	25,54	64,61	632	18
GAMARRA	72,84	1,70	67,11	55,93	85,05	24,71	67,61	456	13
LA GLORIA	78,01	-	81,90	61,03	84,76	24,93	66,40	523	16
PAILITAS	68,25	9,82	80,53	29,73	87,50	43,26	63,02	727	20
PELAYA	69,82	-	75,16	47,04	88,30	23,25	65,51	578	17
CHIMICHAGUA	76,73	31,34	95,82	43,95	94,78	23,91	57,21	995	24
CHIRIGUANÁ	76,09	-	83,93	88,86	96,64	52,44	76,93	148	7
CURUMANÍ	63,15	0,60	72,72	80,22	93,90	61,72	78,16	113	3
TAMALAMEQUE	77,66	-	88,61	37,03	84,86	30,33	62,27	767	22
EL BANCO	79,49	7,75	93,43	55,57	92,73	11,37	61,49	812	10

Fuente: Elaboración Equipo Técnico ADEL Metropolitana. Datos DNP, Ranking de Desempeño Fiscal 2010

Además, los problemas del Complejo Cenagoso de la Zapatosa, están ligados a las condiciones de pobreza y alto nivel de necesidades básicas insatisfechas que aquejan a la mayoría de habitantes, quienes para garantizar su subsistencia viven de la explotación de la tierra pero por el uso abusivo y falta de aplicación de mejoras tecnológicas, derivan graves problemas ambientales.

Así las cosas, ante la gravedad de la problemática ambiental y los escasos recursos para invertir en el Complejo Cenagoso de Zapatosa, el Legislativo aprobó las leyes 685 de 2001 (Código de Minas) y 756 de 2002, a través de las cuales se determinó que el 0,5% de los recursos del Fondo Nacional de Regalías (FNR) se destinarían a los municipios cesarenses de Chimichagua, Chiriguaná, Curumaní, Tamalameque y El Banco (Magdalena), para financiar proyectos de conservación, preservación y descontaminación de la ciénaga de Zapatosa³³.

De este modo, con recursos de regalías indirectas (Fondo Nacional de Regalías-FNR y Escalonamiento) se han financiado o aprobado varios proyectos ambientales en la subregión de Zapatosa. En el período 1999-2002, se viabilizaron 20 proyectos que representaron el 1,1% de la inversión total y entre los años 2004-2007, del total de proyectos aprobados a nivel nacional por el FNR, el 0,9% quedaron en los municipios de la Zapatosa. Estos proyectos fueron: en el municipio de Chimichagua construcción del sistema de alcantarillado en los corregimientos de Candelaria y Sempegua, construcción de subestación eléctrica en Mandinguilla y construcción de la red de distribución del gas natural en la cabecera municipal de Chimichagua. En el departamento del Magdalena, el proyecto de recuperación del recurso pesquero y repoblamiento con alevinos en las ciénagas de su jurisdicción, entre ellas la de Zapatosa³⁴.

³³ VILORIA DE LA HOZ, Joaquín. Óp. Cit., p.p. 54-57

³⁴ *Ibíd.*

Tabla 6 Inversión en Proyectos Aprobados por el FNR 2004-2007. (Miles de Millones)

AÑOS	TOTAL NACIONAL	SUBTOTAL COMPLEJO CENAGOSO DE ZAPATOSA	PARTICIPACIÓN %
2004	32.704	0	-
2005	80.731	531,2	0,007
2006	188.578	2344,2	0,012
2007	273.113	2391,5	0,009
TOTAL 2004-2007	575.126	5266,9	0,009

Fuente: DNP, Dirección de regalías, proyectos aprobados FNR

Respecto a la inversión total realizada a partir de recursos de regalías en el Departamento, según informe presentado por la Gobernación del Cesar, "Regalías al alcance de todos" de la Gobernación del Cesar, en el análisis de proyectos ejecutados de acuerdo al cumplimiento de metas del Plan de Desarrollo Departamental 2008-2011, excluyendo el cumplimiento de metas para beneficios a todo el Departamento, se encuentra que en el sector Educativo se ha avanzado un 53%; en Salud 483%; en Agua potable y saneamiento básico 48%, Territorial 121%, Productivo 93%, Otros sectores 32%³⁵.

En los sectores de salud, agua potable y saneamiento básico, y territorial, los elevados porcentajes obedecen al desarrollo de más del 100% de las metas trazadas en el Plan de Desarrollo, así para salud por ejemplo, se tenía como meta la dotación de 6 ambulancias terrestres para los municipios de Chiriguaná, Bosconia, Curumaní, San Martín, San Alberto y Manaure, y en el 2010 fueron entregadas 21 ambulancias. En el sector territorial, se tenía como meta 18.000 nuevos usuarios de gas natural y se llegó en 2010 a una cobertura de 50.406 usuarios, en los municipios de Bosconia, El Copey, El Paso, La Paz, Pueblo Bello, Agustín Codazzi, Astrea, Chimichagua, Curumaní, Gamarra, La Gloria, La Jagua de Ibírico, Pailitas, Pelaya, San Alberto y Tamalameque.

³⁵ GOBERNACION DEL CESAR. Informe de Rendición de Cuentas, "Regalías al alcance de todos". Noviembre 2010. [en línea] [consultado 1 nov 2011]. Disponible en: http://www.gobcesar.gov.co/media/Archivos/Rendici%C3%B3n%20de%20Cuentas/Estructura_Informe_FINAL_Diciembre_JMp.pdf. pp. 14-33

En este mismo informe, cabe señalar que frente a las metas del Plan de Desarrollo, en el sector productivo, se tenía contemplada la Construcción de embarcaderos turísticos y/o mejoramiento de entornos en la Ciénaga de Zapatosa en Chimichagua, proyecto que a la fecha no se ha llevado a cabo, aunque se avanzó en la realización de un estudio para la implementación de un muelle en Saloa, que tuvo un costo de 1.345 millones de pesos³⁶.

A pesar de la evidencia de inversión en la región para mitigar los problemas ambientales, dichos recursos de regalías indirectas han resultado ineficientes ante la crisis social y de sustentabilidad que se vive en la zona y por la ausencia de fijación de políticas de conservación, protección y mantenimiento del sistema cenagoso de Zapatosa.

3.1.4 Salud Y Educación Básica

En el Complejo Cenagoso de la Zapatosa se observa que pese a los aceptables niveles de cobertura educativa, los niveles de analfabetismo en especial en menores de 15 años, los bajos niveles de profesionalización del capital humano y la falta de infraestructura educativa, están también relacionados con las precarias condiciones en calidad de servicio de salud y acceso a medicina especializada. En efecto, la educación exige la capacidad de concentración para la recepción y procesamiento de información y para facilitar la apropiación de los conocimientos transmitidos y por ello la mal nutrición es causa de deserción escolar y bajo rendimiento académico.

Así mismo, el escaso acceso a servicios como acueducto o alcantarillado y las deficientes condiciones de calidad en el suministro, afectan la salud de la población, en especial de los niños que son los primeros en verse afectados por las enfermedades infecciosas y gastrointestinales.

- **Índice de analfabetismo y relación educación media/población**

La información suministrada en las mesas regionales, muestra el inconformismo de los pobladores la Ciénaga frente a la escasa formación del capital humano y presencia de instituciones de educación básica y superior en los municipios. Ello deriva problemas de inasistencia escolar y altos índices de analfabetismo en especial en la población entre los 5 y 15 años de edad. Según datos del Censo

³⁶ Ibid.

2005 realizado por el DANE, la población rural es la que presenta las mayores tasas de analfabetismo en estos rangos, como se muestra a continuación:

Tabla 7 Tasa de Analfabetismo en el Complejo Cenagoso de la Zapatosa

RANKING TASA ANALFABETISMO			
MUNICIPIO	5 AÑOS Y MÁS	MUNICIPIO	15 AÑOS Y MÁS
PAILITAS	22,00%	EL PASO	25,90%
LA GLORIA	21,50%	ASTREA	24,30%
CURUMANÍ	19,70%	CHIRIGUANÁ	24,00%
CHIMICHAGUA	19,50%	LA GLORIA	22,20%
PELAYA	19,30%	PAILITAS	21,80%
GAMARRA	18,20%	PELAYA	21,00%
EL BANCO	17,60%	EL BANCO	19,90%
ASTREA	17,10%	CHIMICHAGUA	19,60%
EL PASO	16,50%	GAMARRA	16,40%
CHIRIGUANÁ	14,10%	CURUMANÍ	14,50%

Fuente: Elaboración Equipo técnico ADEL Metropolitana. Datos DANE, Censo 2005

Además, aunque la región presenta niveles aceptables de asistencia escolar puesto que más del 50% de la población de 3 a 24 años asiste a algún establecimiento educativo formal; conviene analizar el nivel educativo de dicha asistencia, puesto que se evidencian muy bajos porcentajes de población con estudios profesionales, técnicos y tecnológicos, afectando la generación de empresas, empleo y el crecimiento económico y competitividad del sector productivo. Las tablas a continuación presentan el Ranking de asistencia escolar para la población de 3-24 años y el Ranking del nivel educativo de la región.

Tabla 8 Ranking Asistencia Escolar POB. 3-24 años

MUNICIPIO	CABECERA	MUNICIPIO	RESTO	MUNICIPIO	TOTAL
TAMALAMEQUE	74,60%	TAMALAMEQUE	66,30%	TAMALAMEQUE	69,40%
ASTREA	73,50%	ASTREA	62,30%	ASTREA	67,90%
CHIMICHAGUA	72,20%	CHIMICHAGUA	61,00%	CHIMICHAGUA	65,10%
EL PASO	70,10%	CURUMANÍ	61,00%	CHIRIGUANÁ	63,90%
GAMARRA	69,70%	EL BANCO	59,50%	EL BANCO	62,60%
CHIRIGUANÁ	67,60%	CHIRIGUANÁ	58,30%	PELAYA	62,50%
PELAYA	66,50%	EL PASO	55,30%	PAILITAS	62,20%
PAILITAS	65,30%	PELAYA	53,60%	CURUMANÍ	62,00%
LA GLORIA	65,20%	PAILITAS	53,40%	GAMARRA	62,00%
EL BANCO	64,80%	GAMARRA	52,30%	EL PASO	57,80%
CURUMANÍ	62,50%	LA GLORIA	52,10%	LA GLORIA	57,20%

Fuente: Elaboración Equipo técnico ADEL Metropolitana. Datos DANE, Censo 2005

Se observa que, para la población entre 3-24 años, aún no se cumple la meta del 100% de asistencia escolar, especialmente en la zona rural en donde la tasa de asistencia no llega al 70% del total de la población en ese rango de edad. Se destaca la situación de los municipios de Tamalameque, Astrea, Chimichagua y Curumaní por presentar los mejores porcentajes a este respecto para ambas zonas.

Tabla 9 Ranking Nivel Educativo

MUNICIPIO	PREESCOLAR	MUNICIPIO	BÁSICA PRIMARIA	MUNICIPIO	MEDIA TÉCNICA
CHIMICHAGUA	8,90%	PELAYA	45,10%	TAMALAMEQUE	4,40%
ASTREA	7,90%	CHIMICHAGUA	43,90%	EL BANCO	3,80%
CHIRIGUANÁ	7,50%	TAMALAMEQUE	43,40%	LA GLORIA	2,70%
EL PASO	7,30%	LA GLORIA	43,10%	EL PASO	2,60%
TAMALAMEQUE	7,00%	GAMARRA	43,00%	PAILITAS	2,60%
PELAYA	7,00%	PAILITAS	41,90%	CHIRIGUANÁ	2,50%
EL BANCO	6,50%	EL BANCO	41,70%	CURUMANÍ	2,50%
CURUMANÍ	6,30%	ASTREA	41,30%	GAMARRA	2,20%
PAILITAS	5,90%	EL PASO	40,60%	ASTREA	1,90%
LA GLORIA	5,30%	CURUMANÍ	40,30%	CHIMICHAGUA	1,80%
GAMARRA	5,10%	CHIRIGUANÁ	39,70%	PELAYA	1,50%

MUNICIPIO	NORMALISTA	MUNICIPIO	SUPERIOR Y POSTGRADO	MUNICIPIO	NINGUNO
CHIMICHAGUA	0,60%	CHIRIGUANÁ	7,20%	LA GLORIA	23,30%
PELAYA	0,40%	CURUMANÍ	4,30%	PAILITAS	22,60%
CHIRIGUANÁ	0,30%	ASTREA	4,00%	CURUMANÍ	20,40%
EL BANCO	0,30%	PAILITAS	4,00%	PELAYA	19,40%
LA GLORIA	0,30%	EL PASO	3,90%	CHIMICHAGUA	19,20%
TAMALAMEQUE	0,20%	GAMARRA	3,90%	GAMARRA	18,90%
ASTREA	0,20%	TAMALAMEQUE	3,70%	EL BANCO	18,30%
GAMARRA	0,20%	EL BANCO	3,70%	ASTREA	17,80%
PAILITAS	0,20%	PELAYA	3,30%	EL PASO	17,00%
CURUMANÍ	0,10%	CHIMICHAGUA	3,10%	TAMALAMEQUE	15,60%
EL PASO	0,10%	LA GLORIA	2,90%	CHIRIGUANÁ	14,10%

Fuente: Elaboración Equipo técnico ADEL Metropolitana. Datos DANE, Censo 2005

De la anterior tabla, se observa que el máximo nivel educativo con que cuenta gran parte de la población es Básica Primaria. También, que el porcentaje de población que accede a Educación Superior y Postgrado es muy bajo, y que en general, después de la Básica Primaria, el nivel de educación más concurrido es “Ninguno”, lo cual evidencia la necesidad de fortalecer las políticas públicas en este aspecto y aún más, la necesidad de crear mecanismos e infraestructura que permita el acceso de los jóvenes a la educación superior.

- **Necesidades Básicas Insatisfechas**

Los municipios que integran el Complejo Cenagoso de la Zapatosa presentan alarmantes índices de pobreza, en promedio cerca del 59% del total de la población tienen al menos una necesidad básica insatisfecha y en las zonas rurales de los mismos, esta cifra se aproxima al 69%. Este dato tiene el agravante de que en Colombia una persona pobre y sin educación básica primaria tiene una probabilidad superior al 80% de continuar sumida en la pobreza³⁷.

Tabla 10 Índice de Necesidades Básicas Insatisfechas Complejo Cenagoso de la Zapatosa

MUNICIPIO	CABECERA	MUNICIPIO	RESTO	MUNICIPIO	TOTAL
ASTREA	63%	EL BANCO	83%	ASTREA	71%
EL PASO	59%	ASTREA	79%	CHIMICHAGUA	67%
CHIMICHAGUA	57%	CHIMICHAGUA	72%	EL BANCO	64%
TAMALAMEQUE	55%	PAILITAS	72%	EL PASO	62%
LA GLORIA	52%	TAMALAMEQUE	65%	TAMALAMEQUE	61%
PELAYA	52%	CHIRIGUANA	65%	LA GLORIA	55%
EL BANCO	51%	PELAYA	63%	PELAYA	55%
CHIRIGUANA	46%	EL PASO	62%	CHIRIGUANA	54%
PAILITAS	44%	CURUMANI	61%	GAMARRA	51%
GAMARRA	43%	GAMARRA	59%	PAILITAS	51%
CURUMANI	41%	LA GLORIA	56%	CURUMANI	48%

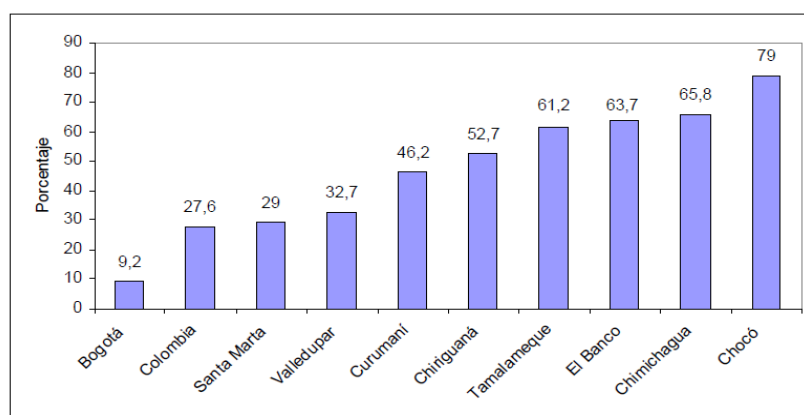
Fuente: Elaboración Equipo técnico ADEL Metropolitana. Datos DANE, Censo 2005

En la región es crítica esta situación en el municipio de Astrea el cual presenta un nivel de NBI del 71%, con mayor repercusión en la zona urbana donde se

³⁷ VILORIA DE LA HOZ, Joaquín. Economía extractiva y pobreza en la Ciénaga de Zapatosa. En: Documentos de Trabajo Sobre Economía Regional. Banco de la República. No. 103 (junio, 2008). [consultado 12 ag. 2011]. Disponible en <<http://www.banrep.gov.co/documentos/publicaciones/regional/documentos/DTSER-103.pdf>> p. 2

concentra la mayoría de la población. Como lo señala un estudio realizado por el Banco de la República, en general para todos los municipios de la región, los niveles de pobreza son superiores al promedio nacional y al nivel de Valledupar, la capital del departamento, siendo cercanos incluso a niveles como los del departamento del Chocó.

Grafica 1 NBI de los Municipios de la Ciénaga de la Zapatosa Comparados con la Media Nacional y Varias Entidades Territoriales



Fuente: DANE, Censo 2005.

Además, el mismo estudio menciona que existe una relación entre el nivel de escolaridad y la pobreza, citando que diferentes estudios han demostrado que para “detener la transmisión intergeneracional de la pobreza cada persona debe contar con por lo menos doce grados de educación”³⁸

- **Calidad de Vida**

El índice de desarrollo humano (IDH) es un indicador del desarrollo humano por país, elaborado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Se basa en un indicador social estadístico compuesto por tres parámetros: vida larga y saludable, educación y nivel de vida digno. Para el caso del departamento del Cesar el IDH, ha mejorado de manera significativa en los últimos años. Se avanzó de 0.664 en 1990 a 0.758 en el 2005 gracias al aumento

³⁸ OPREAL, CORPOEDUCACIÓN, FUNDACIÓN CORONA, & EXE. 2006 Hay avances, pero quedan desafíos. Informe de progreso educativo de Colombia. [en línea]. (2006). [consultado 5 sep. 2011]. Disponible en <http://www.oei.es/quipu/colombia/preal_colombia2006.pdf> p. 62

desarrollo humano básico. Esto se debe principalmente a la baja generación de ingresos por parte de la población femenina, lo que a su vez es producto de las mayores dificultades de las mujeres para acceder al mercado laboral y recibir una remuneración justa⁴².

- Además a pesar de que la ley 581 del 2000, conocida como ley de cuotas, establece que un mínimo del 30% de los cargos directivos del sector público deben ser ocupados por mujeres, en el Cesar, la participación de la mujer en los niveles directivo y ejecutivo del orden departamental es de 27,1% y 25%⁴³.
- De los 25 municipios del Cesar, los que tienen más de la mitad de población ubicada en zonas rurales son González, El Paso, Pueblo Bello, Tamalameque, Chimichagua, Río de Oro, La Gloria, San Martín y Astrea. Las dos terceras partes de los habitantes de estos nueve municipios no logran satisfacer alguna de sus necesidades básicas, y menos del 26% de sus habitantes logran cumplir con el mínimo constitucional de calidad de vida. De estos municipios, seis son los más pobres del departamento, de tal forma que los municipios más rezagados del departamento son a su vez los municipios con mayoría de población rural⁴⁴.
- Finalmente, un reflejo de la exclusión étnica es que los pobladores indígenas presentan indicadores educativos y de acceso a servicios básicos graves frente al promedio de la población Cesareense. Además los municipios donde se ubican estos resguardos padecen situaciones críticas frente a algunos de los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

A partir del análisis anterior, se concluye que en la región del Complejo Cenagoso de Zapatosa, el tema de inclusión social debe priorizarse en la formulación de políticas públicas y estrategias de desarrollo, así como en la implementación de programas que incidan en la disminución de los problemas de inequidad y pobreza, que se manifiestan en los altos porcentajes de necesidades básicas insatisfechas, anteriormente expuestos para cada municipio.

⁴² PNUD. El departamento del Cesar frente a los Objetivos del Desarrollo del Milenio. [en línea] [consultado 10 sep. 2011]. Disponible en http://www.pnud.org.co/img_upload/33323133323161646164616461646164/EI%20Departamento%20del%20Cesar%20frente%20a%20los%20Objetivos%20de%20Desarrollo%20del%20Milenio.pdf

⁴³ Ibíd. p. 39

⁴⁴ Ibíd. p. 40

Además, se deben efectuar políticas sectoriales por grupos sociales, teniendo en cuenta programas especiales para la infancia, la equidad de género, los pequeños agricultores, productores y pescadores, comunidades indígenas y otros grupos étnicos. En este tipo de programas cabe reforzar el acceso a la educación básica, la participación laboral y política de la mujer y garantizar el acceso a servicios de saneamiento básico y mejoramiento de las vías de comunicación, en especial en las zonas rurales donde se concentra el mayor porcentaje de la población en cada municipio.

- **Cobertura en Educación**

Según el informe de Análisis de la Cobertura de la Educación Preescolar, Básica y Media del Departamento del Cesar, los niveles de cobertura en educación han aumentado significativamente en los últimos 5 años, pasando del 95% en el 2004 al 106% en 2008 para la educación básica y media, aumentando a más de 186.772 estudiantes y en 2009 presentando un nivel superior al promedio nacional⁴⁵. En este informe, también se muestra el desempeño en cobertura educativa de los municipios no certificados, evidenciando que Chimichagua y Curumaní se disputan el tercer y quinto lugar en cobertura con el 6,6% y 5% respectivamente.

Tabla 7 Total Población Matriculada por Año, Municipio y Zona

MATRICULA POR AÑO, MUNICIPIO Y ZONA								
MUNICIPIO	2007		2008		2009		Var. % ⁴⁶	
	URBANA	RURAL	URBANA	RURAL	URBANA	RURAL	URBANA	RURAL
CHIMICHAGUA	4.739	8.304	4.301	8.469	4.761	8.225	0,46	-0,95
CHIRIGUANÁ	5.036	3.073	5.035	3.325	5.409	3.240	7,41	5,43
CURUMANÍ	6.425	3.624	6.261	3.525	6.242	3.784	-2,85	4,42
TAMALAMEQUE	2.327	3.054	2.384	3.330	2.398	3.547	3,05	16,14
ASTREA	2.826	3.389	2.469	3.731	2.894	3.061	2,41	-9,68
EL PASO	1.640	6.415	4.237	3.973	1.806	7.674	10,12	19,63

⁴⁵ GOBERNACION DEL CESAR. Análisis de la Cobertura de la Educación Preescolar, Básica y Media del Departamento del Cesar. [en línea]. [consultado 1 sep. 2011]. Disponible en <http://www.gobcesar.gov.co/media/Indicadores/Estadisticas%20Educativas>

⁴⁶ Calculada con respecto al 2007.

GAMARRA	2.071	1.662	2.455	1.259	2.605	1.206	25,78	-27,44
LA GLORIA	1.449	2.541	1.359	2.827	1.939	2.574	33,82	1,30
PAILITAS	3.715	966	3.633	950	3.807	1.207	2,48	24,95
PELAYA	3.826	1.552	3.323	1.636	2.972	1.603	-22,32	3,29

Fuente: Elaboración Equipo técnico ADEL Metropolitana. Datos informe: Análisis de la Cobertura de la Educación Preescolar, Básica y Media del Departamento del Cesar

Sin embargo, conviene analizar la evolución de la cobertura educativa por zonas para analizar ciertos fenómenos relacionados con la dinámica social de la región. Por ejemplo, en el caso de Chimichagua, para el año 2008 se registraba aumento en las matrículas en la zona rural respecto al 2007 y en el 2009, el fenómeno es contrario, es decir hay mayor número de matrículas en la zona urbana respecto al 2008. Lo anterior permite inferir que una de las razones de dicho cambio es el desplazamiento de la población rural a la cabecera municipal, producto de los problemas sociales y amenazas a la población por parte de actores armados, además de la alta deserción estudiantil de los jóvenes rurales a consecuencia de las dificultades económicas para continuar con sus estudios o porque los menores se integran a las actividades productivas para proveer sustento a sus familias, en ello también se tiene en cuenta que la población rural tiene mayor representatividad en el total de población del municipio.

Situación contraria, presenta el municipio de Chiriguaná, el cual registra mayor número de matrículas en la zona urbana que en la zona rural y un crecimiento más equilibrado en los niveles de cobertura. No obstante, la debilidad educativa en la zona rural, sugiere el diseño de políticas públicas para mejorar los niveles de educación para los jóvenes campesinos y productores agropecuarios.

Por otra parte, en el municipio de Curumaní, al igual que en Chiriguaná, la mayor cantidad de estudiantes se concentra en la zona urbana, por lo cual la dinámica decreciente del número de matrículas registradas año a año, es un tema de alerta. En la zona rural, se observa un incremento paulatino en el total de matriculados por lo que la gestión de cobertura se evidencia con mayor fuerza para esta zona. Tamalameque y Pailitas a diferencia de los demás municipios en la región, presentan aumentos positivos de cobertura en ambas zonas. En Tamalameque

es mayor el incremento en la zona rural, dado a que allí se concentra la mayor parte de la población, por lo que se infiere la correcta ejecución de las políticas y los programas diseñados para este sector, obedeciendo la necesidad de lograr la cobertura total en educación primaria que sugiere el segundo objetivo del Desarrollo del Milenio⁴⁷.

En términos generales los demás municipios presentan niveles aceptables de matrícula tanto en la zona urbana como rural, no obstante conviene examinar en cada municipio las condiciones de infraestructura educativa y calidad de los programas formativos, en especial en la media técnica y media académica y como los municipios aportan recursos propios para cofinanciar este tipo de proyectos. Al respecto, la percepción de los habitantes de la región, de acuerdo a las encuestas y mesas regionales realizadas, muestran que el Complejo Cenagoso de Zapatosa no dispone de suficientes mecanismos para mejorar las capacidades del capital humano, puesto que en los colegios e institutos educativos son insuficientes los espacios como las bibliotecas, laboratorios de idiomas y de sistemas e informática.

En cuanto a las estrategias para mejorar los niveles de cobertura, matrícula y permanencia en el sistema educativo, desde el Ministerio de Educación se han diseñado algunas metodologías de matrícula que facilitan la inserción escolar de personas en situación de vulnerabilidad, que viven en zonas rurales o hacen parte de grupos excluidos. En total, se han diseñado 10 metodologías que se han implementado en todo el país y para los municipios que hacen parte del Complejo Cenagoso de Zapatosa.

- **Cobertura de Salud**

La educación y la salud de las familias más vulnerables están siendo atendidas por varias entidades del orden nacional y local como el Programa Familias en Acción, así como por el régimen subsidiado en salud. De acuerdo a la información del DANE y del DNP, para el año 2007, 162.459 habitantes de los municipios de la región se encontraban registrados dentro del SISBEN (Sistema de Selección de Beneficiarios para programas sociales). No obstante, al observar los registros de población total en ese año, se evidencia que el total de población sisbenizada supera al total de población de algunos municipios, producto de la doble afiliación en algunos programas, tales como Familias en Acción y Régimen Subsidiado en

⁴⁷ GOBERNACIÓN DE TAMALAMEQUE. Tamalameque hacia las metas del milenio. Metas Municipales. [en línea]. [consultado 1 sep. 2011]. Disponible en <<http://tamalameque-cesar.gov.co/odm.shtml?apc=m-xx-1-&x=2380218>>

Salud. Lo anterior evidencia un débil sistema de información y control por parte de las entidades locales para determinar la población de estratos bajos con mayores necesidades sociales, que deben ser sujetos de intervención.

Pese a esto, como hecho positivo se resalta que, al margen de la doble contabilidad, lo que se observa es que, en general, el Complejo brinda un 100% de cobertura a su población en esta materia, tal y como se muestra en la tabla a continuación que registra el porcentaje de cobertura del régimen subsidiado en sus municipios en los años 2009 y 2010. Lo anterior resulta positivo si se tiene en cuenta que éste también es uno de los objetivos del milenio en cada uno de estos territorios, y más allá de eso, si se piensa en los beneficios que reviste para la población el poder acceder oportunamente a los servicios fundamentales de salud y educación.

Tabla 8 Población Afiliada al Régimen Subsidiado en los Municipios de la Ciénaga de la Zapatosa, 2010

DÉFICIT DE COBERTURA RÉGIMEN SUBSIDIADO DICIEMBRE DE 2009			DÉFICIT DE COBERTURA RÉGIMEN SUBSIDIADO DICIEMBRE DE 2010		
MUNICIPIO	AFILIADOS CONTRATADOS SUBSIDIOS PLENOS CORTE 30 DE ABRIL DE 2010 ⁴⁸	% COBERTURA 2009	MUNICIPIO	AFILIADOS CONTRATADOS SUBSIDIOS PLENOS CORTE 31 DE DICIEMBRE DE 2010	% COBERTURA 2010
ASTREA	18.758,0	98,31%	ASTREA	20.334	100,00%
CHIMICHAGUA	31.424,0	100,00%	CHIMICHAGUA	33.358	100,00%
CHIRIGUANA	22.318,0	100,00%	CHIRIGUANA	22.628	100,00%
CURUMANI	30.804,0	100,00%	CURUMANI	28.011	100,00%
EL PASO	19.020,0	98,26%	EL PASO	21.343	100,00%
GAMARRA	11.611,0	100,00%	GAMARRA	10.270	100,00%
LA GLORIA	13.747,0	100,00%	LA GLORIA	14.288	100,00%
PAILITAS	19.019,0	100,00%	PAILITAS	19.778	100,00%
PELAYA	16.419,0	99,62%	PELAYA	16.964	100,00%
TAMALAMEQUE	13.589,0	100,00%	TAMALAMEQUE	14.961	100,00%
EL BANCO	48.838,0	87,80%	EL BANCO	53.689	95,55%

Fuente: Ministerio de la Protección Social. Informe Anual de Cobertura Régimen Subsidiado⁴⁹.

- **Mortalidad infantil**

Por otra parte, en concordancia con el cumplimiento de los Objetivos del Desarrollo del Milenio, específicamente el objetivo 4 de reducir la mortalidad infantil, en la región se puede observar que las tasas de mortalidad infantil son un indicador social que requiere mayor atención por parte de los entes locales. En efecto, al consultar el sistema de información de salud nacional creado por la Fundación Corona y la Fundación Santa Fe de Bogotá, se puede observar que los municipios de la región presentan altas tasas de mortalidad infantil y de mortalidad de menores de 5 años, como en el caso del municipio de Chiriguana, que presenta una tasa del 33% de muertes en menores de 5 años. Así mismo, los indicadores encontrados para el Departamento, son preocupantes frente al desempeño de otras regiones, como Bogotá, Valle del Cauca y Santander que presentan tasas en promedio menores al 23%.

⁴⁸ SUBSIDIOS PLENOS: Sumatoria de Población Sisbén 1 y 2 y Población Indígena menos la población Sisbén 1 y 2 afiliada al régimen contributivo es igual al total de la población susceptible de afiliarse al régimen subsidiado menos los afiliados contratados al régimen subsidiado en subsidios plenos para darnos el déficit de cobertura del régimen subsidiado. Como hay municipios donde se encuentran más población contratada al régimen subsidiado por que se encuentra poblaciones especiales los valores negativos se reemplazaron por cero (0).

⁴⁹ <http://www.minproteccion-social.gov.co/salud/Paginas/CoberturasdelR%C3%A9gimenSubsidiado.aspx>

Tabla 9 Indicadores Salud- Complejo Cenagoso de la Zapatosa

Municipios	Población Total (2011)	Tasa de mortalidad infantil (2008)	Tasa de mortalidad menores 5 años (2008)	% de Partos Institucionales (2008)	% Cobertura de Triple Viral (2009)	% Cobertura Acueducto (2005)	% Cobertura Alcantarillado (2005)
CURUMANÍ	25682	15,1	18,4	47,6	123,87	84,82	25,59
TAMALAMEQUE	13973	11,5	15,3	40,6	103,86	20,43	14,42
CHIRIGUANÁ	20691	27,7	33,8	270	110,7	82,33	62,11
CHIMICHAGUA	30877	13,7	18,3	45	99,77	83,33	52,73
BANCO	55085	16,3	18,9	135,4	108,39	86,78	0,84
ASTREA	18901	16,1	16,1	68,6	103,63	71,11	60,63
EL PASO	22082	16,2	16,2	45	143,1	78,35	17,44
GAMARRA	15777	15,8	21,1	42,6	82,94	33,34	16,38
LA GLORIA	13612	9,1	22,8	47,5	105,7	83,95	73,21
PAILITAS	16710	5,9	11,8	42,4	119,1	77,82	26,17
PELAYA	17401	24,2	33,8	50,7	104,53	26,41	16,13

Fuente: Indicadores por municipio tomados de la página web Así vamos en salud, Colombia

- **Salud y educación sexual**

En cuanto a otros aspectos relacionados con la cobertura y calidad del servicio de salud, conviene examinar el alto porcentaje de niñas y adolescentes en estado de embarazo. Es preocupante, en este sentido, la situación de los municipios de El Paso, Astrea y Tamalameque. En este último municipio, donde existen cerca de 34% de casos de embarazos en adolescentes entre los 10 y 19 años, casi el doble de la meta especificada en los ODM para el año 2015⁵⁰. De allí se infiere la necesidad de implementar programas de educación sexual y reproductiva para disminuir los problemas de pobreza y fomentar la formación de los jóvenes que constituyen la futura fuerza de trabajo y emprendimiento de la región.

3.1.5 Educación Superior.

- **Universidades presentes en la región.**

En los municipios que hacen parte de la Ciénaga de Zapatosa no existen establecimientos formales de educación superior. Los jóvenes interesados en continuar con sus estudios deben desplazarse hasta Valledupar o a ciudades como Barranquilla y Bucaramanga donde existe una oferta educativa más amplia. La universidad más cercana, es la Universidad Popular de Cesar en Valledupar. De acuerdo a la información suministrada por los participantes en las mesas regionales, en el Complejo de Zapatosa aunque no existe presencia física de universidades o instituciones de educación superior, si hay oportunidades de formación a través de cursos programas dictados a distancia como los que ofrecen las universidades del Magdalena y San Buenaventura, que brindan cursos especiales para docentes. De igual forma, todos los municipios del complejo cuentan con presencia del Sena, aunque no todas las sucursales municipales operan bajo las condiciones adecuadas y en la mayoría de los casos no existen sedes físicas sino que las clases se dictan en escuelas y bibliotecas públicas, así como tampoco se ofrece en los municipios la totalidad de la oferta educativa publicada por la Regional Cesar del Sena⁵¹.

⁵⁰ PNUD. El departamento del Cesar frente a los Objetivos del Desarrollo del Milenio. [en línea] [consultado 10 sep. 2011]. Disponible en <http://www.pnud.org.co/img_upload/33323133323161646164616461646164/EI%20Departamento%20del%20Cesar%20frente%20a%20los%20Objetivos%20de%20Desarrollo%20del%20Milenio.pdf>

⁵¹ KMEIIA, Fernanda. El Sena 15 años de Abandono. En: La Otra Cara de Chimichagua. [en línea]. [consultado 10 sep. 2011]. Disponible en <http://laotracaradechimichagua.blogspot.com/2010/06/el-sena-15-anos-de-abandono.html>

Consciente de esta gran problemática, el SENA ha identificado en conjunto con la Gobernación del Cesar, la necesidad de implementar cursos formativos para mejorar el desempeño de los sectores productivos locales, por ello, la Oficina de turismo de la Gobernación del Cesar en julio de este año, firmó un convenio con el SENA para dirigir capacitaciones en guianza turística para prestadores de servicios en los municipios de Chimichagua, Curumaní y Tamalameque. Con esta enseñanza brindada a los prestadores de servicios turísticos, la Administración Departamental pretende posicionar la actividad turística aprovechando los recursos con que dispone el Cesar, como el Complejo cenagoso de la Zapatosa y los sistemas del Perijá y la Sierra Nevada de Santa Marta.

- **Razón profesionales/ población**

Una de las mayores debilidades que presenta el Complejo Cenagoso de la Zapatosa son los bajos niveles de formación técnica, tecnológica y profesional de sus habitantes, incidiendo negativamente en el crecimiento económico de la región y en el alcance de mejores oportunidades de vida para la población. En efecto, según la UNESCO, la educación superior es un factor clave para el crecimiento económico y la movilidad social de las personas, desde luego los trabajadores con educación superior completa presentan en sus salarios una diferencia del 364% comparado a un trabajador sin educación⁵².

Así, se analizan a continuación las características de la formación superior en cada municipio del Complejo. En la siguiente tabla, se muestra el nivel de escolaridad en educación superior de la población, diferenciada por género. Siguiendo la metodología del DANE, los niveles de educación se clasifican por el número de años de capacitación, así en el caso de la educación técnica profesional 2, se indica que es el segundo año de formación en el área técnica, y así análogamente para el resto de niveles.

⁵² SARMIENTO, Alfredo. Situación de la educación básica, media y superior en Colombia. Bogotá, Educación, Compromiso de todos, Corpoeducación. p.69. 2001.

Tabla 14 Número de Personas Según Nivel de Educación Superior- Complejo Cenagoso de la Zapatosa

		Total de personas con educación superior en cada uno de los municipios de la cienaga de la zapatosa										
Nivel de Escolaridad	Sexo	Chiriguana	Chimichagua	Curumani	Tamalameque	El Banco	El Paso	Gamarra	Astrea	Pelaya	Pailitas	La Gloria
Técnica Profesional 2	H	217	24	110	48	121	111	21	91	27	32	24
	M	323	113	186	49	267	90	63	159	104	89	52
Tecnológica 3	H	42	13	75	15	53	25	11	17	10	46	10
	M	35	10	78	18	60	23	35	27	27	45	9
Profesional 5	H	87	6	16	29	192	15	10	5	12	42	9
	M	106	22	27	28	341	28	9	4	8	16	9
Profesional 6	H	167	173	210	54	247	65	100	120	36	47	60
	M	237	249	300	79	182	84	83	131	48	51	58
Especialización 2	H	22	6	27	7	30	55	4	17	36	28	15
	M	23	53	14	10	36	44	4	20	24	13	23
Maestría 2	H		3									
	M	3	3									
Maestría 3	H	18	57	11	2	18	6	3	4		3	
	M	16	24	5	3		6	3	22	8	13	34
Doctorado 5	H											
	M											
Doctorado 6	H				1		2	2		3		3
	M		30	14	1		2				5	2
Ninguno	H	1399	2984	2407	1045	4578	1636	1542	1793	1424	1699	1578
	M	1281	2609	2030	860	4196	1303	1130	1300	1231	1573	1283

Fuente: Elaboración Equipo Técnico ADEL Metropolitana. Datos DANE, Censo 2005

Tabla 15 Ranking Proporción Personas con Educación Superior y Postgrado/Población vs Personas sin Ningún tipo de Estudio

MUNICIPIO	SUPERIOR Y POSTGRADO	MUNICIPIO	NINGUNO
CHIRIGUANÁ	7,20%	LA GLORIA	23,30%
CURUMANÍ	4,30%	PAILITAS	22,60%
ASTREA	4,00%	CURUMANÍ	20,40%
PAILITAS	4,00%	PELAYA	19,40%
EL PASO	3,90%	CHIMICHAGUA	19,20%
GAMARRA	3,90%	GAMARRA	18,90%
TAMALAMEQUE	3,70%	EL BANCO	18,30%
EL BANCO	3,70%	ASTREA	17,80%
PELAYA	3,30%	EL PASO	17,00%
CHIMICHAGUA	3,10%	TAMALAMEQUE	15,60%
LA GLORIA	2,90%	CHIRIGUANÁ	14,10%

Fuente: Elaboración Equipo Técnico ADEL Metropolitana. Datos DANE, Censo 2005

En el caso del municipio de Chiriguaná, el grueso de la población cuenta con estudios superiores técnicos y profesionales donde es mayor el número de mujeres que estudian frente al número de hombres. Para el caso de posgrados, el número de personas con especialización y maestría es escaso y en doctorado es nulo. Cabe anotar el elevado número de personas sin estudios superiores frente al número de profesionales en las distintas áreas con las que cuenta el municipio. Por otra parte, en el caso del municipio de Chimichagua, frente a Chiriguaná es menor el número de personas que adelantan estudios de educación superior en casi todos los niveles, aunque en el desarrollo de estudios de maestría y doctorado se evidencia mayor participación y si bien no es muy significativa, indica que el stock de capital humano puede aprovecharse en mayor medida para gestionar procesos estratégicos de innovación y desarrollo tecnológico. Así mismo el nivel de personas sin estudios superiores es bastante alto y representan el 18% del total de la población del municipio.

Además, se muestra la brecha de formación entre hombres y mujeres en este municipio, en especial aquellos que no poseen ningún nivel de escolaridad respecto al número de profesionales. Se evidencia la escasa participación del

género femenino en los procesos de formación, lo cual repercute negativamente en sus posibilidades para integrarse a alguna actividad económica.

Con respecto al municipio de Curumaní, la participación de los profesionales no es muy alta, si se tienen en cuenta que representan sólo el 4,30% del total de población del municipio. También se señala la baja proporción de personas con estudios de maestría y el nulo conocimiento de casos de doctorado, lo cual dificulta la consolidación de procesos que fomenten la relación entre ciencia, competitividad y desarrollo y que resta las opciones de aprovechar el capital humano para el crecimiento y la equidad.

Por otra parte, sobre el municipio de Tamalameque es más agravante el escaso número de personas capacitadas en los diferentes niveles de educación superior, haciendo salvedad en que la mayoría de la población habita en el área rural y ello explica la mayor dificultad para inscribirse en los programas ofrecidos por las universidades locales. En correspondencia a lo anterior, son casi nulos los casos de personas con maestría y doctorado, nuevamente señalando la necesidad de fortalecer la educación en este aspecto.

En cuanto a las diferencias de género, nuevamente se evidencia que es mayor el número de mujeres que hombres, con estudios de educación superior, así como el bajo nivel de formación de capital humano especializado para ambos géneros, que no supera el 10% frente a la población total que no posee ningún tipo de estudio de educación superior.

Observando el caso del municipio de El Banco el total de población con estudios de educación superior es sólo el 3,70% del total de población. Así mismo, para el resto de municipios se evidencia la elevada brecha de acceso a la educación superior entre hombres y mujeres, representado en el elevado número de personas sin este tipo de formación. Ello, evidencia la necesidad de fortalecer los procesos formativos superiores del capital humano apoyados en una infraestructura institucional académica y científica que esté vinculada al entorno empresarial y al servicio de la sociedad para constituir el desarrollo sostenible requerido.

Además, en la región, las personas con maestría y doctorado son pocas o nulas y ello corrobora el bajo alcance de la investigación y la formación superior para el desarrollo productivo y social local, como lo muestran los bajos o inexistentes profesionales con títulos de maestría y doctorado en municipios como Astrea, La

Gloria, Pailitas y Pelaya que son los menores de toda la región. Todo lo anterior indica que por la ausencia de doctores en la región, los desarrollos en materia de investigación son escasos y que no se están aprovechando los conocimientos de los profesionales para la ejecución de iniciativas que incidan positivamente en el crecimiento económico local; a menos de que se forme el capital humano, difícilmente se podrá superar la trampa de la pobreza en la que han estado por años.

3.1.6 Eficiencia Mercado De Bienes.

En materia de competitividad, la eficiencia del mercado de bienes depende de las condiciones de producción y del grado en que las cadenas productivas locales abastecen las necesidades de demanda y oferta para que se puedan comercializar de manera eficaz en la economía. Así mismo, dicha eficiencia depende de la intervención en el gobierno para superar las limitaciones y distorsiones que se pueden dar por gravosos impuestos, normas restrictivas y discriminatorias, entre otras.

En este sentido, al analizar la eficiencia de mercado de bienes en el Complejo Cenagoso de la Zapatosa, se identifican algunas cadenas productivas principales y se describen someramente como ha sido su comportamiento en términos de productividad, nivel de competencia y tipos de clientes. De forma general, se encuentra que en la región no son suficientes los estímulos para la comercialización de los productos locales que permitan generar una ventaja competitiva importante, en especial en términos de innovación y formalización empresarial.

CADENAS PRODUCTIVAS

- **Pesca**

Dadas las condiciones geográficas y climatológicas de la Ciénaga de Zapatosa, una de las principales actividades productivas es la piscicultura. En la mayor parte de sus municipios, se practica la pesca como actividad de subsistencia para el habitante ribereño y por la cercanía y presencia de las cuencas de los ríos Magdalena y Cesar. La pesca se hace fundamentalmente de especies migratorias como el bocachico, comelón, pincho, nicuro, bagre rayado y doradas;

las cuales al remontar el río y regresar a la Ciénaga producen los fenómenos más destacados de la pesca denominados subienda, bajanza y mitaca⁵³.

La pesca indiscriminada ejerce una presión ambiental en la Ciénaga ocasionando la extinción de diversas especies, así como el uso inadecuado de los métodos, artes y aparejos de pesca. En efecto, según el Acuerdo 005 del 24 de febrero de 1993, el uso de chinchorro, trasmallo y chinchorra, la deforestación de nacederos de agua, la pesca y consumo de peces que no tengan la talla mínima de captura y la pesca de especies vedadas, están prohibidos en las ciénagas. No obstante, los pescadores locales han hecho caso omiso de esta normatividad y por ello la Ciénaga presenta graves problemas de presión sobre el recurso hídrico y la extinción de muchas especies. Además, la comercialización se limita al mercado local en especial a los mercados de Tamalameque, Zapatosa, La Mata, Saloa y algunos corregimientos⁵⁴.

La importancia de definir un plan de gestión ambiental y de control a la práctica de la pesca indiscriminada ha llamado la atención de las autoridades locales por lo que actualmente se están haciendo convenios con entidades como el SENA para impulsar proyectos de acuicultura y fortalecer la educación de los productores locales en materia de buenas prácticas, según información de esta entidad, a la fecha cerca de 850 usuarios han sido capacitados.

El tema de formación es crucial para garantizar la explotación sostenible de los recursos naturales, técnicas como la aplicación de la acuicultura en jaulas flotantes para la cría de peces, contribuye de manera significativa en este sentido. Por otra parte, se pueden generar proyectos para mejorar el nivel de ingresos de los pescadores puesto que dicho producto suele ser costoso durante todo el año y difícilmente puede incluirse en la dieta de la población local, por ello entidades como CORPOCESAR y el SENA, trabajan articuladamente para desarrollar un proyecto piscícola que busca ser el más grande en Latinoamérica, del cual se espera obtener 350 toneladas mensuales de filete de mojarra roja para ofrecer en el mercado internacional y 100 toneladas para el mercado nacional.

Además, es importante dar un manejo adecuado a los cuerpos de agua puesto que según la oficina asesora de planeación de la Gobernación del Cesar, en los municipios sólo se emplean entre el 40% y 60% del total del número de estanques

⁵³ VILORIA DE LA HOZ, Joaquín. Óp. Cit.

⁵⁴ SITIO OFICIAL DE CURUMANÍ EN CESAR. Nuestro Municipio. [en línea]. [consultado 12 sep. 2011]. Disponible en <<http://curumani-cesar.gov.co/index.shtml>>

disponibles para la siembra de peces a excepción del municipio de Tamalameque donde la cobertura es del 100% con 30 estanques en funcionamiento. Dicha información evidencia la necesidad de impulsar esta actividad productiva para lograr mayores niveles de competitividad regional y complementar la oferta agrícola y pecuaria.

- **Sector primario**

En todos los municipios la agricultura y la ganadería son las actividades que soportan en mayor medida la subsistencia de la población local y la actividad económica. En la mayor parte de ellos, los mayores problemas se evidencian en la estructura de tenencia de la tierra que se concentra en pocas manos y generalmente son propiedad de campesinos foráneos o de latifundistas del interior del país, dejando sin propiedad y sin opciones de trabajo al campesino local. Los conflictos en el uso del suelo, también determinan los niveles de producción y competitividad, en los municipios de la región, en el Banco Magdalena se evidencia el mayor problema de subutilización y menor uso adecuado⁵⁵.

Tabla 16 Uso y Aprovechamiento del Suelo, 2006

MUNICIPIO	AGRICOLA (HECTAREAS)			PARTICIPACIÓN PORCENTUAL
	CULTIVOS TRANSITORIOS	CULTIVOS PERMANENTES	TOTAL	
ASTREA	1.534	75	1.609	3,11%
CHIMICHAGUA	5.405	1.370	6.775	13,08%
CHIRIGUANÁ	3.372	222	3.594	6,94%
CURUMANÍ	3.743	4.227	7.970	15,39%
EL PASO	487	55	542	1,05%
EL BANCO	850	300	1.150	2,22%
LA GLORIA	14.224	978	15.202	29,35%
PAILITAS	2.000	491	2.491	4,81%
PELAYA	3.630	387	4.017	7,76%
TAMALAMEQUE	8.087	361	8.448	16,31%
TOTALES	43.332	8.466	51.798	100,00%

⁵⁵ VILORIA DE LA HOZ, Joaquín. Óp. Cit.

MUNICIPIO	PECUARIO (HECTAREAS)			PARTICIPACIÓN PORCENTUAL
	PASTOS INTRODUCIDOS Y NATURALIZADOS	MALEZAS Y RASTROJOS	TOTAL	
ASTREA	42.289	9.480	51.769	9,80%
CHIMICHAGUA	48.595	46.192	94.787	17,95%
CHIRIGUANÁ	68.846	10.013	78.859	14,93%
CURUMANÍ	44.501	22.547	67.048	12,70%
EL PASO	55.898	21.173	77.071	14,60%
EL BANCO	15.205		15.205	2,88%
LA GLORIA	48.184	5.864	54.048	10,24%
PAILITAS	15.594	18.029	33.623	6,37%
PELAYA	20.077	5.337	25.414	4,81%
TAMALAMEQUE	22.119	8.085	30.204	5,72%
TOTALES	381.308	146.720	528.028	100,00%

Fuente: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, estudio contratado con la Corporación Colombia Internacional – CCI

De acuerdo a la tabla anterior, se observa que el uso del suelo por actividades en cada uno de los municipios que conforman el Complejo Cenagoso de la Zapatosa, se destina principalmente a actividades relacionadas con el pastoreo y actividad pecuaria, en especial los municipios de Chimichagua y Chiriguaná. Otro uso importante es el dedicado a cuerpo de agua, en los que sobresalen Tamalameque, Chiriguaná y Chimichagua. En cuanto al uso agrícola, La Gloria y Tamalameque y Curumaní son los más destacados.

En cuanto a los principales cultivos, el plátano, la yuca, el maíz, el sorgo, la naranja, el arroz y en menor medida el café, el algodón, el ajonjolí y la caña de azúcar, son los más representativos del territorio. En Curumaní, las plantaciones de plátano y cacao son entre 80 y 100 hectáreas de cada producto; no obstante el cultivo de plátano ha decrecido por la falta de control y erradicación de algunas plagas y enfermedades. Otros productos como el café, yuca y arroz se reparten en las estibaciones de la cordillera oriental y en zonas bajas y cenagosas de algunas quebradas y también se encuentran cultivos de ajonjolí, algodón, mamey, caña de azúcar y maíz. La comercialización de estos productos se hace para

abastecer las necesidades de subsistencia a nivel local o a través de intermediarios para venderlos en Bogotá, Barranquilla, Cúcuta y Valledupar⁵⁶.

En Astrea sobresale el cultivo de maíz amarillo tradicional en comparación; en la Gloria se destaca el cultivo de arroz; en Tamalameque, ante las problemáticas del sector rural, actualmente se desarrollan con el apoyo de la Gobernación Departamental programas de reactivación de algunos cultivos como la palma africana y la yuca, a través de subsidios al pequeño agricultor y servicios de asistencia técnica; En Chimichagua, los cultivos más representativos son la naranja, el maíz y la yuca, que tienen cultivadas entre 1000 y 1500 hectáreas cada uno y que se comercializan en Valledupar y Santa Marta principalmente⁵⁷

Por otra parte, la actividad ganadera ha sido históricamente valorada en la región, aunque el número de cabezas y empleos generados no es muy grande. A principios del siglo XVIII, se instala la Compañía Unión Colombiana de Petróleo, la cual organizó la actividad ganadera en las sabanas de Algarrobo y llegó a tener cerca de 2000 cabezas de ganado, otras empresas representativas en este sector son la finca Las Angustias que cuenta con 800 cabezas y la propiedad del santandereano Luis Granados en el municipio de Curumaní, que tenía más de 7000 hectáreas pero pasó a negociación con el Instituto de Reforma Agraria, donde fueron liquidados algunos hatos ganaderos, destinando estos terrenos para el cultivo de arroz, sorgo y algodón.

En las jornadas de socialización en la región, los actores locales identificaron a la cadena láctea como una de las más representativas en el territorio. En efecto, la mayor parte de los municipios cuenta con una significativa producción de leche que se ofrece en mercados vecinos y a empresas como Freskaleche y la multinacional CICOLAC. No obstante, la actividad ganadera es causa de los problemas ambientales en la Ciénaga, porque la mayoría del hato ganadero pasta en zonas inundables del ecosistema⁵⁸.

⁵⁶ *Ibíd.*

⁵⁷ *Ibíd.* p. 44.

⁵⁸ *Ibíd.* p. 44

Tabla 17 Actividad Pecuaria en los Municipios

MUNICIPIOS	ESPECIES PECUARIA EXISTENTES				PRODUCCIÓN DE LECHE			SACRIFICIO DE GANADO		
	BOVINOS	PORCINOS	OVINO / CAPRINOS	EQUINOS	PRODUCCIÓN PROMEDIO DIARIO/LITROS	PRODUCCIÓN PROMEDIO VACA/DÍA	NÚMERO DE VACAS EN ORDEÑO	HEMBRAS	MACHOS	TOTAL
ASTREA	58.542	2.651	9.174	3.162	31.110	2,5	12.444	309	17	326
CHIMICHAGUA	78.851	3.202	3.140	2.143	45.948	3	15.316	933	49	982
CHIRIGUANÁ	76.457	4.285	2.264	1.931	45.498	3,2	14.217	1.138	166	1.304
CURUMANÍ	43.157	4.916	670	1.955	30.664	3,5	8.761	1.121	469	1.590
EL PASO	65.968	3.260	8.880	2.213	41.733	3	13.911			0
LA GLORIA	72.251	3.907	2.342	2.031	46.621	3,4	13.712			0
EL BANCO	57.596	3.159	3.220	2.439				322	200	522
PAILITAS	25.761	2.983	611	1.507	16.293	3,5	4.655			0
PELAYA	33.681	2.486	1.036	1.599	25.386	3,5	7.253			0
TAMALAMEQUE	38.035	2.908	1.516	1.446	24.048	3,2	7.515			0
TOTALES	550.299	33.757	32.853	20.426	307.301	3,44	97.784	3.823	901	4.724

Fuente: ICA, Oficina de Epidemiología - Censo por Fincas Vacuna fiebre Aftosa.

- **Actividad minera**

En los municipios que integran el Complejo Cenagoso de Zapatosa, la actividad se propicia por la existencia de minerales que abundan en la cordillera oriental y se encuentran yacimientos de carbón y barita que es utilizada para la preparación de soluciones pesadas, en la pintura y cerámicas; Gamarra, La Gloria y El Paso, muestra como característica común la presencia de minerales como la arena y la arcilla; sólo en Chiriguana se produce el carbón y por ello recibe importantes regalías, mientras que Tamalameque cuenta con un puerto carbonero que es propiedad de la empresa Carbones del Caribe, por lo que las regalías no son significativas para el municipio⁵⁹.

Según INGEOMINAS, en el Cesar, los principales municipios carboníferos son Bosconia, El Paso, Chiriguana y La Jagua del Ibérico, esta última cuenta con los siguientes proyectos mineros:

- Carbones de la Jagua (CDJ)
- Consorcio Minero Unido (CMU)
- Carbones de los Andes (CARBOANDES) hoy Carbones El Tesoro (CET)
- Proyecto Carbonífero Cerro Largo – Sororia – Drummond Ltd.
- Proyecto Minero Norcarbón S. A.
- Proyecto Minero Carbones del Caribe S. A.

Situando de nuevo el análisis en los municipios que conforman el Complejo Cenagoso de la Zapatosa, la minería en Curumaní consiste en extracción de Barita⁶⁰ y Carbón. Por su parte, Chimichagua sólo se dedica a la extracción de éste último mineral. Sin embargo, en ambos territorios, dicha producción puede considerarse como de baja intensidad, si se le compara con la de otras zonas del departamento. Y es que estos municipios no cuentan con presencia de empresas importantes en la materia ni nacionales ni internacionales. Esto, puede evidenciarse claramente al consultar el Listado de títulos mineros firmados por la Dirección del Servicio Minero que publica Ingeominas, en donde se observa que sólo existe un contrato de explotación para en cada uno de estos municipios y que en ninguno de los casos la licitación corresponde a empresas grandes e importantes dedicadas a la explotación de Carbón.

⁵⁹ Ibid. p. 54.

⁶⁰ Según Ingeominas se encuentran yacimientos de barita en el corregimiento de Santa Isabel. La barita molida se destina a la preparación de soluciones pesadas, usadas en la perforación de pozos de petróleo, en las pinturas y las cerámicas.

Una razón para ello puede hallarse en el mal estado de las vías. Al respecto, diversos estudios mineros realizados a nivel departamental insisten en el mal estado de éstas e incluso la inexistencia de las mismas como hecho negativo para el desarrollo de esta actividad en mayor proporción, debido a que se hace prácticamente imposible o muy costoso sacar la explotación minera de la zona hacia otras regiones del país, como la Costa Atlántica, por ejemplo.

Es por eso que actualmente la Gobernación del Cesar, en alianza con el gremio del Carbón y el Gobierno Nacional trabaja en el proyecto para la construcción de la carretera La Gabarra -Curumaní, con el fin de sacar el carbón de exportación hasta la costa atlántica. Sin embargo, el proceso ha sido lento e ineficiente al punto que diferentes actores nacionales y regionales han llamado la atención varias veces al respecto, en especial porque recientes estudios adelantados por Ingeominas revelan que existe una alta posibilidad de poseer hierro y carbón en Curumaní, y dicha ineficiencia ha impedido avanzar en la materia.

Si embargo, se observa que existe una gran controversia de orden nacional al respecto, dado que estudios realizados por La Procuraduría General de la Nación revelan que la construcción de esta carretera produciría un impacto ambiental negativo de grandes proporciones en la zona.

El más reciente estudio hecho por esta entidad, titulado: “La explotación del carbón en el Cesar”, recoge información en donde evidencia cómo la explotación minera viene arrasando con las tierras de la Reserva Forestal de los Motilones, entre otros ecosistemas importantes de la región.

Tabla 10 Áreas de Reserva afectadas por la Explotación Minera

DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	ÁREA (HA)	ENTIDAD	RESOLUCIÓN	OBJETO
CESAR	AGUSTÍN CODAZZI	37.180	INDERENA	046 de 1975	Tierra para indígenas
	BECERRIL	41.518			
	JAGUA DE IBÍRICO	70			
CESAR	CHIMICHAGUA	128	INCORA	129 de 1966	Colonización
	CHIRIGUANÁ	5.464			
	CURUMANÍ	12.119			
	JAGUA	5.068			
NORTE DE SANTANDER	CONVENCIÓN	62.508	INDERENA	017 de 1984	Tierra para indígenas
	EL CARMEN	56.664			
	TEOREMA	2.229			
	EL TARRA	4.133	INCORA	110 de 1965	Colonización
	TIBÚ	176.680			
	TIBÚ	41.430			
TOTAL		445.890			

Fuente: Procuraduría General de la Nación

La tabla, muestra cómo en Chimichagua, Chiriguaná y Curumaní, ya se han perjudicado cerca de 18.000 hectáreas de reserva forestal, producto de la explotación minera.

Cabe señalar que los recursos de regalías no han sido suficientes para enfrentar el deterioro ambiental de la Ciénaga y que ello obliga a reconsiderar las políticas que se trazan en materia fiscal para promover la protección, conservación y recuperación de las zonas de humedales.

Finalmente, a partir de información suministrada en las mesas regionales, se mencionó que en el municipio de Astrea existen dos yacimientos de gas, importante recurso que se puede potencializar para cubrir las necesidades de la población local en este sentido y como recurso para comercializar a otras regiones a nivel nacional.

- **Artesanías**

Este sector se ha considerado como una de las cadenas productivas con mayor potencial para su integración en la estrategia de Marca con Calidad Territorial “Cesar Se Marca”, según el Plan de Fortalecimiento para la aplicación de esta marca, la estrategia consiste en el posicionamiento de la oferta de productos y servicios regionales a través del fortalecimiento de mipymes de los sectores de alimentos, artesanías y sector productivo en general, mediante la creación de la marca de calidad territorial.

En efecto, las artesanías son una importante actividad productiva que garantiza la sostenibilidad económica de mujeres y algunas asociaciones y cooperativas locales, en especial en municipios como Chimichagua, donde además constituye una tradición ancestral y actualmente se elaboran productos a partir de las hojas de la palma estera o malibú, tales como alfombras, esteras, playeras, pie de cama, centros de mesa, caminos, individuales, porta vasos, muñecas, pañaleras, bolsos y sombreros. Aproximadamente son 200 familias que se organizan en 6 asociaciones: Asoarchi, Asaruchi, Amocades, y de las veredas de Saloa, Mandinguilla y Antequera⁶¹.

Es importante señalar que la subregión de Zapatosa ha recibido el sello de calidad “Hecho a mano”, otorgado por el programa Artesanías de Colombia en convenio

⁶¹ VILORIA DE LA HOZ, Joaquín. Óp. Cit., p. 48.

con el ICONTEC, en total han sido 41 las artesanas beneficiarias pertenecientes a las asociaciones de tejedoras locales⁶², por lo que se infiere que esta cadena productiva no sólo representa parte de la cultura y tradición local, sino que contribuye en la generación de riqueza y disminución de los niveles de desempleo y por ello se requiere impulsar programas para mejorar la calidad de estos productos y comercializarlos a un mayor rango de mercado.

- **Ecoturismo**

La variada topografía de la región, su abundante vegetación y la presencia de especies exóticas, son consideradas las características más destacables de la Ciénaga de Zapatos para consolidarse como un importante epicentro turístico local. No obstante, la tala indiscriminada de bosques, la contaminación de las aguas y la extinción de animales como el oso de anteojos, armadillos, babillas, ardillas y algunos peces como el bocachico, sardinas y coroncoro; han deteriorado la posibilidad de potenciar los atributos naturales de la Ciénaga.

En efecto, según estudio realizado por la Universidad Nacional y CORPOCESAR, los problemas ambientales y la contaminación de humedales son consecuencia del vertimiento y depósito de desechos sólidos, sedimentos, basuras domésticas, aguas residuales y agroquímicos; los cuales inciden en la disminución de capturas de peces, generando desempleo y disminución de ingresos para quienes dependen de esta actividad. Así mismo se han mermado otras especies como iguanas, tortugas de río e hicoteas y al año se queman cerca de 10.000 hectáreas de vegetación para facilitar la caza o para preparar terrenos para la ganadería extensiva que es una actividad de baja productividad.

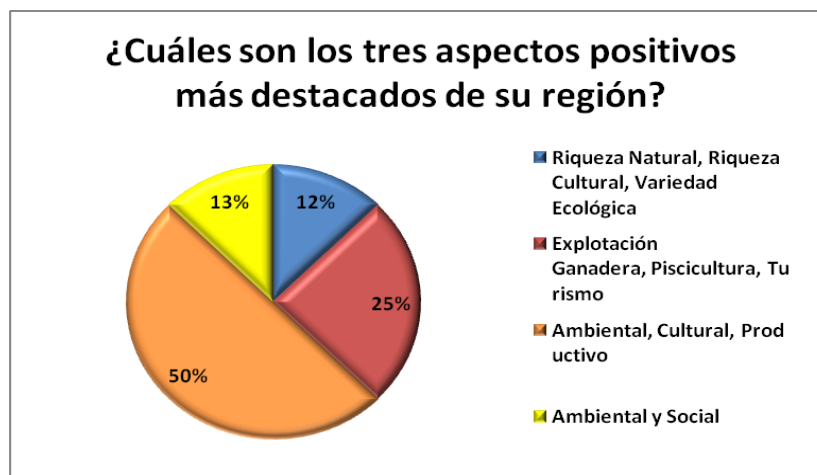
Por lo anterior, el desarrollo de actividades sostenibles como el ecoturismo, se presentan como una alternativa para minimizar los impactos negativos para el medio ambiente y para la comunidad local, despertar la conciencia social sobre la necesidad e importancia de conservar el activo natural más importante de la región, proporcionar experiencias positivas tanto para los turistas como para los residentes locales, proporcionar beneficios financieros y mejorar los niveles de participación ciudadana y reforzar el sistema de inserción laboral.

En efecto, como se evidencio en la visita realizada por el equipo Técnico de la ADEL Metropolitana a la región y en el levantamiento de línea base, la

⁶² *Ibíd.*

comunidad de la región ha reconocido que la riqueza ambiental, cultural y productiva de la región son los tres aspectos más destacados del territorio y por lo tanto, se hace necesario articular al sistema de gestión ambiental, actividades que incidan en el mejoramiento de las condiciones ambientales actuales pero además de los niveles de ingresos y calidad de vida de la población local.

Grafica 2 Aspectos que los Pobladores Perciben como Positivos de la Región



Fuente: Equipo Técnico ADEL Metropolitana. Datos encuestas a la población

Por la biodiversidad y el carácter de su cultura, en la Ciénaga de Zapatosa puede ser válida la realización de prácticas de turismo comunitario, dada la cordialidad y amabilidad de sus habitantes, sus pintorescos paisajes y el estilo de vida de los pescadores y agricultores que viven en los municipios aledaños. Por otra parte, en la región prevalecen personajes de antaño, que encarnan los pobladores primitivos de esta región y que son representados en las fiestas patronales, ferias municipales y celebraciones religiosas que reflejan la cotidianidad de esta zona.

- **Nivel de competencia**

A partir de la información del Censo DANE 2005, se puede evidenciar que el 80% de las unidades económicas de los cinco municipios de la región se dedican a las actividades de comercio y servicios. De esta forma se puede inferir que en la región la actividad económica es poco diversificada, con escaso desarrollo de la industria y con poca repercusión sobre la estructura productiva regional, puesto que los comerciantes locales desarrollan sus actividades desde la informalidad,

desconociendo y desaprovechando las oportunidades de acceso a créditos, posicionamiento en grandes mercados y crecimiento de sus negocios.

Por lo anterior, se puede determinar que el grado de competitividad de la región es bajo y que las empresas comerciales compiten entre sí por el mercado local y regional, sin que esto derive avances importantes en materia de crecimiento económico.

En general, la región de la Ciénaga de Zapatosa no cuenta con niveles significativos de competitividad, como se explicó anteriormente en el análisis de las cadenas productivas locales más representativas, la producción se limita al abastecimiento interno o a municipios aledaños, difícilmente la actividad productiva logra abarcar otros mercados a nivel nacional y/o internacional. Lo anterior también obedece a la dinámica misma del Departamento, puesto que el Cesar se ubica por debajo del promedio de exportaciones por habitante del país y en donde las exportaciones de animales vivos de especie bovina y de carbón, son los principales renglones de exportación y que son considerados productos poco sofisticados por su escaso valor agregado⁶³.

- **Tipo de clientes**

La vía Troncal Costera facilita la comercialización de productos hacia Barranquilla, Valledupar, La Guajira y Bucaramanga. Sin embargo los productos y servicios son ofrecidos principalmente en el mercado local y municipios vecinos, como lo indica información encontrada en la página web oficial de cada municipio. Para el caso de Curumaní, la producción local se concentra en el abastecimiento de las necesidades de subsistencia de la población y en menor medida se dirige a los centros de mercado de corregimientos y municipios como Saloa, El Banco, Chimichagua, y Belén; en Chimichagua la producción agropecuaria y pesquera se comercializa con las cabeceras municipales de Curumaní, Astrea y Tamalameque y para los corregimientos de Candelaria, Saloa, Sempegua y La Mata; para los demás municipios de la región la producción se concentra casi exclusivamente para el consumo local.

⁶³ CONSEJO PRIVADO DE COMPETITIVIDAD. Perfil Exportador y Apuestas Productivas del Departamento. Introducción y Nota Metodológica. [en línea]. [consultado 14 sep. 2011]. Disponible en: <<http://www.compitem.com.co/spccompitem/resources/getresource.aspx?ID=400>>

3.1.7 Eficiencia Mercado Laboral

Una variable indiscutible a tener en cuenta para garantizar el crecimiento económico y el desarrollo social es la generación de empleo y capacidad de absorción de la mano de obra. La eficacia y flexibilidad del mercado laboral hacen referencia a la forma en cómo se organiza el mercado laboral, la relación entre el trabajador y los esfuerzos del sector público y privado para fomentar e implementar políticas de calidad laboral. Un mercado laboral eficiente debe asegurar un mejor uso del talento humano local disponible y la equidad en términos de oportunidades laborales tanto para mujeres como para hombres.

En el análisis de este pilar, se hace un barrido general de las condiciones y aspectos relevantes del mercado laboral en la región. Conviene señalar que la mayor parte de la información aquí consignada proviene de datos del DANE y otras fuentes oficiales, así mismo es escasa la información disponible por municipio por lo que se parte del análisis regional para caracterizar esta variable.

- **Afiliados al régimen contributivo**

Tabla 19 Afiliados a Régimen Contributivo

NOMBRE MUNICIPIO	DICIEMBRE DE 2010	AGOSTO DE 2011	Var. % Ag/011-Dic/010	Razón Afiliados Municipio/Total Afiliados Complejo Agosto de 2011
ASTREA	18.237	17.972	-1,45%	7,2%
CHIMICHAGUA	30.945	34.885	12,73%	13,9%
CHIRIGUANA	21.432	20.880	-2,58%	8,3%
CURUMANI	26.013	29.705	14,19%	11,9%
EL PASO	17.198	18.657	8,48%	7,5%
GAMARRA	9.523	9.747	2,35%	3,9%
LA GLORIA	12.919	13.113	1,50%	5,2%
PAILITAS	18.159	17.551	-3,35%	7,0%
PELAYA	14.476	15.610	7,83%	6,2%
TAMALAMEQUE	12.931	13.063	1,02%	5,2%
EL BANCO	49.710	59.103	18,90%	23,6%
TOTAL	231.543	250.286	5,42%	9,09%

Fuente: Elaboración Equipo Técnico ADEL Metropolitana.

En cuanto a la proporción de inscritos en el régimen contributivo frente al total de la población afiliada, los municipios de El Banco, Chimichagua y Curumaní presentan las mejores relaciones con el 23,6%, 13,9% y 11,9% respectivamente. La menor relación la presenta Gamarra con sólo el 3,9%. Lo anterior indica que una de las características de la empleabilidad en la región son los altos niveles de informalidad laboral y escasas oportunidades de empleo con calidad, además por las condiciones de empleo en los sectores productivos locales, los afiliados al régimen contributivo resultan ser en gran medida los funcionarios públicos, los pensionados por jubilación, así como los rentistas y trabajadores independientes.

- **Sindicatos**

En la región no se evidencian organizaciones sindicales formalmente establecidas. En su lugar, bajo el modelo de acciones comunales (ASOCUMUNAL), líderes municipales en asociación con partidos políticos como el Polo Democrático Alternativo y el Partido Liberal, lideran algunos movimientos que pretenden la mejora de las condiciones laborales para los diferentes municipios.

En el caso de Curumaní, es el único municipio que cuenta con una ASOCOMUNAL formalmente establecida⁶⁴. Sus líderes, pertenecientes al partido político: Polo Democrático, han denunciado en los últimos meses haber sido objeto de persecución política y abuso policial, por considerárseles sospechosos de tener nexos con grupos al margen de la ley, tales como el ELN⁶⁵.

De acuerdo a las mesas regionales realizadas, una de las razones por las cuales no existen organizaciones sindicales de fuerza en la región son las continuas amenazas que se hacen a sus representantes, con excepción de las organizaciones sindicales de multinacionales de producción minera, docentes y funcionarios de hospitales, no se evidencian otros grupos de asociación de trabajadores en la región. De esta forma, se muestra que la defensa de los derechos de los trabajadores queda en tela de juicio por la ausencia de elementos de vida social para instituir este tipo de organizaciones.

⁶⁴ SITIO OFICIAL DE CURUMANÍ EN CESAR. Instancias de Participación Ciudadana. Asociación Comunal de Juntas. [en línea]. [consultado 14 sep. 2011]. Disponible en <<http://curumani-cesar.gov.co/sitio.shtml?apc=P1i1--&x=2079151>>

⁶⁵ COLECTIVO DE ABOGADOS JOSÉ ALVEAR RESTREPO. En Curumaní – Cesar, permanece detenido arbitrariamente un líder comunitario. [en línea]. (Marzo 25 de 2011). [consultado 14 sep. 2011]. Disponible en <<http://www.colectivodeabogados.org/En-Curumani-Cesar-permanece>>

- **Tasa de Desempleo y Nivel de Ocupación**

Al momento no se encuentran referencias oficiales o estadísticas que representen los niveles de desocupación y desempleo por municipios, por lo que siguiendo la información ofrecida por el DANE, se presentan a continuación los registros de desempleo del departamento del Cesar, así como la información del Censo 2005, que indica el número de personas ocupadas según actividad económica en cada municipio.

En lo concerniente a la Tasa de Desempleo, el departamento del Cesar registró en 2008 una tasa de desempleo de 14,0%, inferior en 0,3 puntos porcentuales al 2007. La tasa global de participación disminuyó 0,6 puntos en 2008, debido al aumento de 0,7% en la población económicamente activa y del 2,0% en la población en edad de trabajar. Así mismo, se observan incrementos en la población inactiva mientras que la tasa de desocupación disminuyó en 0,4 puntos en 2008⁶⁶.

Tabla 20 Principales Indicadores Laborales del Cesar 2008-2009

DANE	MES	TASAS D VARIABILIDAD DE INDICADORES DEL MCDO LABORAL			GEIH		
		TD	TGP	TBP	TO	PEA	PET
	ENERO	13,07%	51,92%	40,48%	45,12%	1002	1930
	FEBRERO	12,45%	52,68%	40,97%	46,12%	1060	2012
	MARZO	10,72%	59,49%	47,05%	53,11%	1128	1896
	ABRIL	12,54%	55,23%	43,63%	48,30%	1076	1948
	MAYO	10,84%	59,21%	45,80%	52,79%	1272	2148
	JUNIO	10,04%	58,20%	46,07%	53,36%	1245	2139
	JULIO	12,10%	57,65%	45,68%	50,67%	1280	2220
	AGOSTO	12,06%	58,25%	44,98%	51,22%	1260	2163
	SEPTIEMBRE	11,96%	59,31%	46,45%	52,21%	1270	2141
	OCTUBRE	10,08%	59,16%	46,59%	53,19%	1230	2079
	NOVIEMBRE	10,10%	58,66%	45,86%	52,73%	1286	2192
	DICIEMBRE	10,45%	56,08%	44,07%	50,22%	1138	2029

Fuente: Gobernación del Cesar. Informe Cesar En Cifras 2009

⁶⁶ INFORME DE CONYUNTURA ECONÓMICA REGIONAL 2009. Cesar. [en línea]. [consultado 14 sep. 2011]. Disponible en <<http://www.banrep.gov.co/documentos/publicaciones/regional/ICER/cesar/2009.pdf>> p. 17

Con respecto a los datos sobre ocupación en el Complejo Cenagoso de la Zapatosa, se observa que la mano de obra ocupada en el año 2009, se distribuye principalmente en las actividades de comercio, restaurantes y hoteles (36,0%), servicios comunales, sociales y personales (25,8%), transporte, almacenamiento y comunicaciones (13,1%), industria manufacturera (8,2%), construcción (7,3%) y actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler (5,6%).

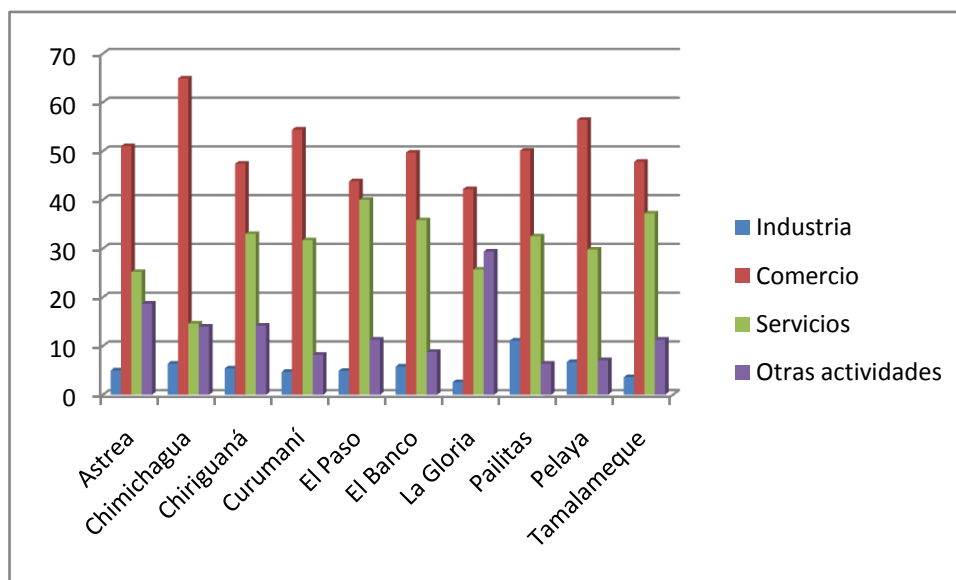
El aumento de 16,4% en la población ocupada fue ocasionado por el incremento de los ocupados en los sectores de comercio, restaurantes y hoteles (19,9%); servicios comunales, sociales y personales (17,5%); transporte, almacenamiento y comunicaciones (15,8%); actividades inmobiliarias (15,5%); industria manufacturera (15,2%), y en construcción 4,9%⁶⁷.

El análisis en cada municipio permite evidenciar que el sector de comercio y servicios, es el mayor generador de empleo y la actividad con mayor número de establecimientos. Lo anterior permite señalar que en el Complejo Cenagoso de la Zapatosa, predomina la estructura fami y micro empresarial, quedando rezagada la industria para generar mayores niveles de competitividad y crecimiento productivo.

En efecto, como se ilustra en el siguiente gráfico, el municipio con mayor porcentaje de establecimientos en el sector de comercios es Chimichagua, seguido de Pelaya. Según la información del Censo 2005 del DANE, en estos municipios más del 50% de los establecimientos tienen entre 0 a 10 empleados. En cuanto a servicios, el municipio de Tamalameque presenta el mayor porcentaje en número de establecimientos dedicados a esta actividad en el municipio y el 50% de los establecimientos emplea entre 11 y 50 trabajadores, es decir, la estructura de la actividad en servicios de Tamalameque es principalmente de Pyme.

⁶⁷ _____ . [en línea]. [consultado 14 sep. 2011]. Disponible en <<http://www.banrep.gov.co/documentos/publicaciones/regional/ICER/cesar/2009.pdf>> p. 20

Grafica 3 Tabla 25 Porcentaje de Establecimientos según Actividad Económica en la Región del Complejo Cenagoso de Zapatosa 2005



Fuente: Elaboración Equipo Técnico ADEL Metropolitana. Datos DANE, Censo 2005

Aunque como se puede observar, la mayor parte de los establecimientos en la región corresponde a los sectores de comercio y servicios, conviene revisar el caso de Pailitas, donde existe una mayor participación en el sector industrial respecto al de los demás municipios. Ello se debe a que en este municipio existe una incipiente industria de explotación de palma de aceite y explotación piscícola, así como la transformación de productos lácteos.

Por otra parte, en cuestión de género, se evidencia una marcada desigualdad en el acceso al mercado laboral, la tasa de ocupación de los hombres es más del doble que la de las mujeres mientras que la tasa de desempleo es casi el triple en las mujeres que en los hombres. La tasa de desempleo para la población femenina en el departamento del Cesar en 2004 era del 12,9%, mientras que la de los hombres era de sólo 4,8%. A su vez, la tasa de ocupación de las mujeres era de 30,4% mientras que la de los hombres era de 68,4%⁶⁸.

⁶⁸ Ibíd. p.20

Grafica 4 Participación en El Mercado Laboral Departamento del Cesar



Fuente: Elaboración Equipo Técnico ADEL Metropolitana. Datos DNP, Cumplimiento ODM 3

Se tiene en cuenta que lo evidenciado en el departamento es similar a lo que sucede en Zapatosa, así lo anterior indica que en el Complejo Cenagoso de Zapatosa las oportunidades de empleabilidad además de ser escasas son desiguales, lo que repercute significativamente en la feminización de la pobreza puesto que una buena parte de las familias pobres están regidas por mujeres o son familias monoparentales con un único ingreso. También incide los bajos niveles de ingresos percibidos que son insuficientes para satisfacer las necesidades básicas de las familias lo cual en el caso de la mujer se traduce en una forma más de violencia y atentado a sus derechos fundamentales.

3.1.8 Sofisticación Del Mercado Financiero

- **Personas con Cuenta Bancaria**

Los municipios que conforman el Complejo Cenagoso de la Zapatosa, no cuentan con sistemas de información de carácter público y/o privado que permitan acceder a este tipo de información. Es decir, las fuentes de información secundarias disponibles no presentan, para ninguno de los municipios, el número de personas que posee cuenta bancaria, independientemente de su tipo.

Sin embargo, según informe trimestral de inclusión financiera de ASOBANCARIA, a marzo de 2011, en el departamento del Cesar el 53,1% del total de población contaba con una cuenta de ahorros, no obstante dicho porcentaje se encuentra por debajo de la media nacional del 59% y de otras regiones como San Andrés, Santander, Valle y Atlántico.

Lo anterior indica que en esta región existe muy poca bancarización y conocimiento sobre el uso de los diferentes instrumentos y productos financieros del mercado Colombiano. Por ello, el Gobierno Nacional y la Gobernación del Cesar, en alianza con diversas entidades financieras de carácter público y privado, han establecido como meta ampliar la cobertura financiera en esta zona mediante la implementación de Puntos de Atención Cercano, Corresponsal No Bancario (PAC-CNB)⁶⁹.

A la fecha, según la información disponible, Bancolombia, Banco Agrario, Banco UBVA y el Banco de Bogotá (Red ATH), son las únicas entidades que hacen presencia en el Corregimiento Cenagoso de la Zapatosa. En el caso de Bancolombia, en las cabeceras municipales se cuentan con puntos de corresponsales no bancarios para pequeños retiros, consignaciones y pagos de servicios públicos.

⁶⁹GRUPO BANCOLOMBIA. Sala de Prensa. Bancolombia fortalece la red de PAC corresponsal No Bancario en el Cesar y llega a 40 en la región Caribe. [en línea]. (Septiembre 2 de 2008). [consultado 17 sep. 2011]. Disponible en <http://www.todo1.com/cs/Satellite?c=Page&cid=1259763813558&type=Sin%20Foto&id=1259764243701&pagename=SalaPrensa/SP_Interna>

& BOLETÍN ECONÓMICO REGIONAL I TRIMESTRE DE 2011. Costa Caribe. [en línea]. [consultado 17 sep. 2011]. Disponible en <http://www.banrep.gov.co/documentos/publicaciones/regional/BER/Costa-Caribe/2011/tri_I.pdf>

- **Acceso de microempresas al microcrédito**

Los microcréditos son pequeños préstamos realizados a personas que no tienen suficiente capacidad para acceder a los préstamos de bancos tradicionales y posibilitan el desarrollo de proyectos laborales de microempresarios o prestatarios pobres. Los microcréditos son importantes porque facilitan el emprendimiento y la subsistencia o crecimiento de las empresas ya constituidas. En el Complejo Cenagoso de Zapatosa, esta modalidad de financiación es poco conocida y las microempresas difícilmente pueden acceder a préstamos de la banca tradicional porque para estos los costos son muy altos, la infraestructura necesaria es insuficiente y los riesgos son altos.

Las personas de niveles más bajos que habitan en estos municipios o los microempresarios suelen buscar apoyos en prestamistas “oportunistas”, es decir aquellas personas que pueden cobrar mayores intereses a los del mercado y que prestan el diario, conocido como el “crédito gota a gota”. Ante los abusos de esta modalidad de financiación, el gobierno local ha desarrollado algunos mecanismos de promoción de microcrédito en alianza con las entidades bancarias que tienen sede en algunos municipios, así mismo, se aprovechan y gestionan convenios con algunas ONG que están involucradas en Colombia con este tema como la Cooperativa Emprender, Fundación Santo Domingo y Finamérica.

Así, entre agosto de 2006 y enero de 2007, a través del programa nacional Banca de Oportunidades se entregaron en el departamento del Cesar 932 créditos por un valor cercano a los 5.356 millones de pesos. Los bancos que prestan este servicio y que se han sumado a la Banca de Oportunidades son: En Curumaní- BBVA y Corfimujer; en Chiriguaná- Banco Agrario y en Valledupar- Banco de Bogotá, Bancolombia, Megabanco, Fundación Mundial de la Mujer, BCSC Caja Social, Colpatria, Davivienda, Banco de Occidente, Banco Popular, y AV Villas⁷⁰

⁷⁰PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA COLOMBIA. Sala de Prensa. Boletín Balance en el Cesar. [en línea]. (Marzo 10 de 2007). [consultado 18 sep. 2011]. Disponible en <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:pv7xaBceNcUJ:www.presidencia.gov.co/prensa_new/sne/2007/marzo/10/14102007.htm+microcredito+curuman%C3%AD&cd=13&hl=es&ct=clnk&gl=co>

3.1.9 Preparación Tecnológica

- **Razón de Personas con Internet/Población**

Según la información publicada por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, en el Informe Trimestral de Conectividad para el segundo semestre de 2010, la razón personas con internet/población, o lo que es lo mismo, el índice de penetración, es aún muy bajo en la mayoría de los municipios que conforman el Complejo Cenagoso de la Zapatosa⁷¹.

Para el análisis, debe tenerse en cuenta que el ministerio presenta cifras discriminando entre internet dedicado e internet conmutado. El primero, también conocido como *enlace dedicado*, es una conexión directa, que se hace generalmente desde una empresa, hasta las principales conexiones troncales de internet del lugar. Es una conexión mucho más estable y de mayor calidad (en tiempos de velocidad, confiabilidad y simetría), por lo que su costo suele ser mayor y los contratos, por lo general, están sujetos a un número mínimo de equipos conectados. Si bien, por lo general este tipo de internet es contratado por empresas, también puede ser de uso residencial.

Con respecto a este primer tipo de conexión, en Chimichagua el índice de penetración es de 0,14%, lo que quiere decir que sólo 43 de las 30.901 personas que habitan allí, tienen acceso a este tipo de conexión de internet. Lo anterior es bastante preocupante puesto que pone de manifiesto problemas como la exclusión y la brecha digital, evidencia la ausencia de democratización del acceso a las tecnologías de la información y la comunicación para que la sociedad acceda a la información y se conecte con el mundo.

La situación en el resto de municipios no es más alentadora, en el caso de Curumaní el índice es de solo el 0,05%, es decir sólo 15 personas de los 26.010 habitantes; en Chiriguana es del 0,07%, también 15 personas de 20.945 habitantes; en Tamalameque es del 0,09%, 13 personas de 13.988; y en El Banco, representa sólo a 475 personas del total de 55.012 habitantes, es decir el 0,08%.

Tabla 21 Número de Personas con Internet Dedicado/Índice De Penetración

⁷¹MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES. Informe trimestral de conectividad 2010. 18 Sep. 2011. < <http://www.mintic.gov.co/index.php/cifras>>

MUNICIPIO	No. SUSCRIPTORES			DANE		ÍNDICES DE PENETRACIÓN %		
	2T ⁷² - 2010	1T - 2011	2T - 2011	POBLACIÓ N 2010	POBLACIÓ N 2011	2T – 2010	1T – 2011	2T - 2011
ASTREA	22	17	28	18.817	18.901	0,12%	0,09%	0,15%
CURUMANI	15	13	8	26.010	25.682	0,06%	0,05%	0,03%
CHIMICHAGUA	43	33	32	30.901	30.877	0,14%	0,11%	0,10%
CHIRIGUANA	15	14	15	20.945	20.691	0,07%	0,07%	0,07%
EL PASO	22	16	20	21.884	22.082	0,10%	0,07%	0,09%
GAMARRA	14	12	10	15.551	15.777	0,09%	0,08%	0,06%
LA GLORIA	15	9	16	13.760	13.612	0,11%	0,07%	0,12%
PAILITAS	14	13	7	16.582	16.710	0,08%	0,08%	0,04%
PELAYA	8	5	7	17.253	17.401	0,05%	0,03%	0,04%
TAMALAMEQU E	13	11	22	13.988	13.973	0,09%	0,08%	0,16%
EL BANCO	475	618	699	55.012	55.085	0,86%	1,12%	1,27%

Fuente: Informe Trimestral de Conectividad. Ministerio de Tecnologías de la Información y Las Comunicaciones

Referente al otro tipo de conexión a internet, el conmutado o mejor conocido como conexión por línea conmutada, se trata de una forma más económica de acceder a Internet, en la que el cliente utiliza un módem para llamar a través de la Red Telefónica Conmutada (RTC) al nodo del ISP, un servidor de acceso para establecer un enlace módem-a-módem, que permite enrutar a Internet. La desventaja de este tipo de conexión es que es lenta comparada con las conexiones de tipo DSL, también llamada internet flash.

Esta conexión es factible en la mayor parte del planeta, ya que la RTC está globalmente extendida. Esto es útil para la gente que viaja con su computador portátil o celulares con conexión Wifi; también es accequible para personas que viven en zonas rurales o en áreas muy remotas donde las conexiones de banda ancha son imposibles por falta de infraestructura (la baja demanda de este tipo de servicios en estos lugares hace que su instalación sea poco rentable y que no se halle entre las prioridades de las empresas de telecomunicaciones).

Esta forma de conexión suele realizarse a través de una llamada local. Normalmente requiere algo de tiempo para establecer una sesión de datos. Si la empresa proveedora del servicio telefónico cobrara por cada nueva conexión y por

⁷² Nota: 2T= Segundo Trimestre y 1T= Primer trimestre.

el tiempo que dura la sesión, el costo a fin de mes puede acercarse al de la banda ancha, que es cada vez más barata debido a la competencia en auge.

En ese orden de ideas, se esperaría para la región de Zapatos, la existencia de mayores índices de penetración de este tipo. Sin embargo, lo que se observa es que el índice va del 0,04% al 0,09% a lo largo del Complejo, como evidencia el cuadro a continuación:

Tabla 22 Número de Suscriptores Internet Conmutado

MUNICIPIO	No. SUSCRIPTORES					ÍNDICES DE PENETRACIÓN %		
	2T - 2010	1T - 2011	2T - 2011	POBLACIÓN N 2010	POBLACIÓN N 2011	2T - 2010	1T - 2011	2T - 2011
ASTREA	4	3	4	18.817	18.901	0,02%	0,02%	0,02%
CURUMANI	20	15	17	26.010	25.682	0,08%	0,06%	0,07%
CHIMICHAGUA	11	3	3	30.901	30.877	0,04%	0,01%	0,01%
CHIRIGUANA	10	6	9	20.945	20.691	0,05%	0,03%	0,04%
EL PASO	13	13	21	21.884	22.082	0,06%	0,06%	0,10%
GAMARRA	3	3	2	15.551	15.777	0,02%	0,02%	0,01%
LA GLORIA	3	2	5	13.760	13.612	0,02%	0,01%	0,04%
PAILITAS	13	9	13	16.582	16.710	0,08%	0,05%	0,08%
PELAYA	6	9	12	17.253	17.401	0,03%	0,05%	0,07%
TAMALAMEQUE	12	11	12	13.988	13.973	0,09%	0,08%	0,09%
EL BANCO	15	10	11	55.012	55.085	0,03%	0,02%	0,02%

Fuente: Informe Trimestral de Conectividad. Ministerio de Tecnologías de la Información y Las Comunicaciones

Todo lo anterior evidencia que en la región el acceso a un computador, a internet y al conocimiento sobre su uso, son señales de la necesidad de implementar programas de inclusión digital y poner en marcha telecentros que faciliten el acceso a todas las personas a las tecnologías. La inclusión digital debe ser vista como un instrumento económico y social, en especial en este tipo de regiones que por su carácter se encuentran excluidas de los procesos de modernización urbanos, tienen dificultades para extender modelos educativos y fomentar la productividad local; circunstancias que pueden ser sustancialmente mejoradas a través de la extensión de los servicios TIC y desarrollando una verdadera sociedad del conocimiento.

Además, los datos sugieren, al comparar el número de suscriptores según el tipo de conexión, que son las empresas e instituciones públicas las que contratan el servicio, lo que representa un grave problema si se tiene en cuenta que en el actual proceso de globalización, resulta fundamental que otros ámbitos como la administración, la educación, la salud, la cultura y la organización civil, sean inmersas en el conocimiento del uso efectivo de las TIC, como pilar básico de formación del capital humano y de mayores avances en materia de competitividad. Por otra parte, frente a las empresas proveedoras de internet en el Complejo Cenagoso de la Zapatosa, hacen presencia la empresa Colombia Telecomunicaciones S.A ESP, la cual es el único proveedor de la zona para internet conmutado. Sus servicios se dirigen tanto para el sector corporativo como el residencial y presta su cobertura en todos los municipios que conforman el Complejo. La siguiente tabla muestra el número de suscriptores conmutados por municipio y segmento.

En cuanto al tipo de internet dedicado, varias empresas operan en la zona, entre ellas están Axesat S.A, BT LATAM Colombia S.A, Colombia Telecomunicaciones S.A ESP, GILAT Colombia S.A ESP, Internet por Colombia y Media Commerce Partners S.A.; todas ellas cubren principalmente los segmentos corporativo, institución educativa, telecentro y alcaldía. Colombia Telecomunicaciones, es la única compañía que opera como proveedor para el segmento residencial.

Cabe destacar que en Chimichagua existe el mayor número de instituciones educativas con acceso a internet dedicado y de banda ancha (35 en total). Por su parte, el Banco, tiene la mayor cobertura en los segmentos residencial y corporativo, lo cual es sinónimo de una mayor difusión de las TIC tanto en empresas (locales comerciales) como en hogares. Los demás municipios, siguen mostrando números bastante bajos, por lo que es importante que se refuercen las políticas en esta materia en dichos territorios.

- **Razón de personas que usan TIC**

La información sobre el acceso a telefonía móvil, televisión por suscripción y demás usos TIC en los municipios que conforman el Complejo Cenagoso de la Zapatosa, es bastante escasa. Sólo se encuentran registros de conectividad a internet y del número de líneas de telefonía pública conmutada, habilitadas durante los cuatro trimestres del 2010.

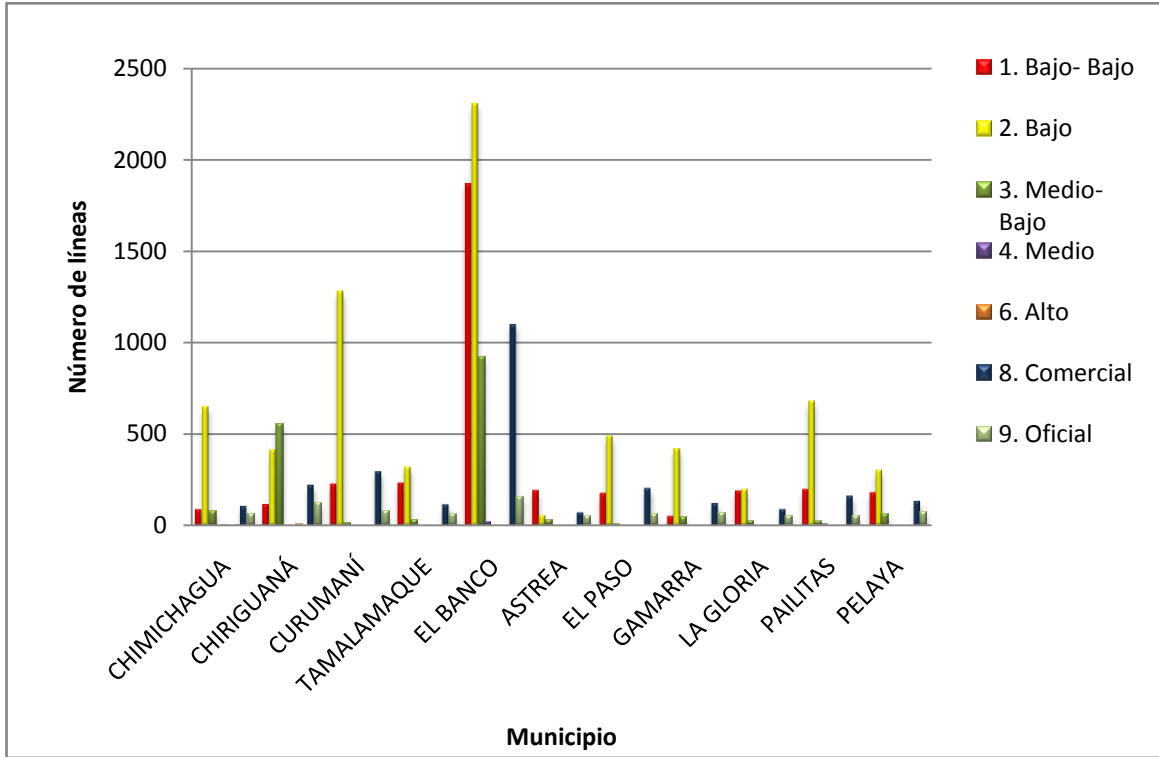
Dicha información se encuentra en los registros del Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones⁷³, que se encuentran en el sistema de información unificado del sector de telecomunicaciones, y donde se muestra el suministro de servicio de transmisión conmutada de voz o a través de la red telefónica de circuitos físicos con acceso generalizado al público y los datos sobre líneas en servicio por proveedor, estrato y municipio.

Debe tenerse en cuenta que los estratos incluidos van del 1 al 9, entendiéndose su clasificación así: 1 Bajo - Bajo, 2 bajo, 3 Medio Bajo, 4 Medio, 5 Medio - Alto, 6 Alto, 7 Industrial, 8 Comercial, 9 Oficial.

Como se puede observar en la gráfica siguiente, en la región no se muestran indicadores de número de líneas telefónicas para los estratos 5 (medio-alto) y 7 (industrial) por el carácter y poca representatividad de los mismos en la región. Los estratos 1 (Bajo-bajo) y 2 (bajo), son los que presentan mayor número de líneas telefónicas básicas, lo cual permite inferir que los estratos medios y altos prefieren el uso de servicio celular.

⁷³Suscriptores Internet Banda Ancha Y Angosta, Por Geografía Y Por Operador. Sep. 18 de 2011.
<<http://www.siust.gov.co/siust/contenido/consultarRepInternet.jsp?departamento=14&municipio=>>

Grafica 5 Líneas de Telefonía Pública Básica Conmutada por Estrato y Municipio



Fuente: Elaboración Equipo Técnico ADEL Metropolitana. Datos Informe Trimestral de Conectividad. Ministerio de Tecnologías de la Información y Las Comunicaciones

En el análisis por municipio, siguiendo la tendencia regional, para el caso de Curumaní se encontró que la mayoría de las líneas de telefonía pública que funcionaron durante el 2010, se encontraban en el estrato 2, es decir, la cobertura fue básicamente para las zonas residenciales y es mínima si se compara con el total de la población. El caso de Chimichagua, es muy similar al anterior. La diferencia fundamental es que para la clase media-baja (estrato 3) y las zonas comercial y oficial, el número de líneas es muy parecido entre ellas en cada uno de los trimestres del año.

Chiriguaná, por su parte, muestra un comportamiento un poco más cercano a lo esperado. En este municipio, el mayor número de líneas telefónicas estaban habilitadas en el estrato 3. Se observa que el sector industrial no registra datos mientras que sector comercial y oficial registraron activación durante todo el año. En Tamalameque, el mayor número de líneas habilitadas se encuentra en el estrato 2 y al igual que el resto de municipios, se observa que tanto el sector

comercial como el oficial son los que cuentan con mayor acceso a este servicio. Para el caso de El Banco, en el que se encuentra un mayor número de líneas activadas en el sector comercial y en el estrato 3 que en el resto de municipios, lo cual muestra que este servicio incide en el soporte de la productividad de las transacciones comerciales. En general, para todos los municipios de la región, no se encontraron registros para las clases media alta y para las zonas industriales, lo cual corresponde con la composición sectorial de los municipios donde prevalecen los estratos bajos y el escaso desarrollo de la industria.

No obstante, los pocos asentamientos industriales y la población de estratos altos pueden preferir el servicio de telefonía móvil e internet del mismo tipo; aun así, las tasas de cobertura siguen siendo muy precarias y cercanas al 10% de la población total en cada uno de los municipios estudiados⁷⁴.

3.1.10 Tamaño Del Mercado

En materia de competitividad y acceso a otros mercados, se evidencia que la región de la Ciénaga de Zapatosa se encuentra limitada a la misma dinámica del departamento, donde sólo tiene como áreas de influencia los centros urbanos de cada municipio que la integran y en el mejor de los casos con las cabeceras municipales de Valledupar y Aguachica. En contados momentos el mercado logra extenderse a otras zonas como el sur de la Guajira, sur de Bolívar, Bucaramanga y Norte de Santander, dado a que los municipios tienen conexión con estas regiones a través de la troncal del Magdalena y por la ubicación misma del Departamento.

No obstante, según el escalafón de la CEPAL para medir la competitividad de los departamentos en Colombia, Cesar ocupó el puesto 16 entre 23 entidades territoriales, superando sólo a Chocó, Córdoba, Nariño, Sucre, Magdalena y Norte de Santander. En dicho informe, el indicador donde se evidencia el mayor rezago es la gestión empresarial puesto que se encuentran dificultades para acceder a la información pública necesaria para la toma de decisiones empresariales y hay poco consumo de los bienes y servicios que desestimula la generación de valor agregado en los mismos.

⁷⁴ información del servicio básico de telecomunicaciones cuyo objeto es la transmisión conmutada de voz o a través de la red telefónica de circuitos físicos con acceso generalizado al público. Datos sobre líneas en servicio por proveedor, estrato y municipio. Los datos se presentan discriminados por los diferentes proveedores de redes y servicios que prestan el servicio y se muestran para el primer, segundo, tercer y cuarto trimestre del año 2010.

Sin embargo, la población local reconoce que en la región las dinámicas de comercialización son informales por lo que difícilmente se pueden encontrar registros que muestren el impacto de la distribución de bienes y servicios y la productividad local, como se mencionó en las mesas regionales, los productores locales no tienen conocimientos sobre técnicas de ventas y tienen bajo poder de negociación por lo que en la mayoría de los casos, los productos suelen revenderse a un precio mayor al que realmente le pagan al productor local y donde los mayores beneficiarios son los intermediarios.

3.1.11 Sofisticación De Las Empresas

- **Encadenamientos productivos**

El nivel de asociatividad es bastante bajo en la región, no se encuentran registros oficiales sobre el número de encadenamientos productivos o grupos asociativos por municipio, por lo que se puede inferir que en la región, la escasa articulación interinstitucional y entre empresas incide negativamente en la competitividad productiva local.

Salvo en algunos sectores como la pesca y las artesanías, se pueden referenciar algunos grupos de asociaciones que se han constituido a partir de la iniciativa de grupos de mujeres y pequeños productores que consideran importante la cooperación empresarial como estrategia de posicionamiento en el mercado. Dichos grupos se han identificado con información suministrada por la Agencia de Desarrollo Económico Local- ADEL Zapatosa y se muestran a continuación:

Tabla 11 Número de Asociaciones Productivas en el Complejo Cenagoso de la Zapatosa

MUNICIPIOS	CANTIDAD	ASOCIACIONES DE PESCADORES
CHIMICHAGUA	8	ASOPSEM, ASOPCHIM, ASOPESCAN, ASOPESMA, ASOPESA, ASOPESCO, ASOPRESPO, COOPEJOEM
CHIRIGUANÁ	1	ASOPECHI
CURUMANÍ	1	ASOGAMRES
EL PASO	1	APAMPA
EL BANCO (MAG)		
LA GLORIA		
PAILITAS		
PELAYA	1	ASOPESCO
TAMALAMEQUE	2	ASOPEZA, ASOPROCIEZA
TOTALES	14	

Fuente: Agencia de Desarrollo Económico Local- ADEL Zapatosa

- **Cadenas sobresalientes**

Como se mencionó anteriormente en la descripción de las cadenas productivas de la región, se logran identificar como las más sobresalientes las actividades productivas en torno a la pesca, la agricultura y ganadería y el sector comercial y de servicios. En efecto, según el Censo del DANE 2005, el 80% del total de establecimientos de todos los municipios son unidades económicas concentradas en el comercio y servicios. En cuanto a las actividades agropecuarias, éstas se desarrollan principalmente sobre el ecosistema de humedales de la depresión Momposina, generando graves problemas ambientales y poniendo en peligro de extinción a diversas especies.

- **Piscicultura**

La sobreexplotación pesquera ha ejercido una negativa presión sobre el ecosistema desde hace varias décadas. En 1973, las capturas fueron del orden de las 79 mil toneladas, en 1980 habían bajado a 65 mil y en 2006 se habían reducido a seis mil, cuando en condiciones normales las capturas podrían alcanzar unas 20.000 toneladas. También se redujeron las tallas mínimas de captura (TMC): el bagre rayado pasó de 68,3 cm en 1989 a 60,4 cm en 2005, mientras la TMC del bocachico bajó de 38 cm. en 1973 a 27 cm. en 2005⁷⁵.

No obstante, la pesca sigue siendo una actividad importante en la región que garantiza la sostenibilidad económica de muchas familias, según estudios de la Universidad Nacional, en la región existen alrededor de 5.000 pescadores, que se ubican en las cabeceras municipales de Chimichagua, Zapatosa, Saloa, Zapatí, Belén, Tamalameque, Sempegua, Candelaria, La Mata, Ojo de Agua, Rancho Claor, y Santo Domingo⁷⁶.

Así, la pesca representa un importante elemento de identidad local por lo que conviene reseñar el estilo de vida de los pescadores de la región a fin de entender algunas connotaciones sociales que se establecen. En efecto, según estudio realizado por la Universidad Nacional, los pescadores de la ciénaga viven bajo duras condiciones, sus niveles de educación básica son bajos puesto que no superan el 3er o 4to grado y la mayoría son analfabetas. Además el núcleo familiar se compone de 10 a 12 personas, las mujeres se dedican a las labores domésticas mientras que los hombres y los niños se van a pescar soportando largas jornadas, al rayo del suelo y con el riesgo de sufrir golpes o piquetes de rayas, por lo que su salud se ve seriamente afectada, además si se tiene en cuenta que la mayoría se encuentran afiliados al SISBEN pero no cuentan con servicios de medicina especializada⁷⁷.

Los niveles de asociatividad en este sector también son bajos, aunque según cifras del INPA, el 57% de los pescadores están asociados a 37 grupos, lo que opinan los participantes en las mesas regionales es que con la llegada de los

⁷⁵ CORPORACIÓN ECOFONDO. Informe final Navegación por el río Magdalena. [en línea]. [consultado 19 sep. 2011] Disponible en <<http://asopisem.blogspot.com/>>

⁷⁶ VILORIA DE LA HOZ, Joaquín. Economía extractiva y pobreza en la Ciénaga de Zapatosa. En: Documentos de Trabajo Sobre Economía Regional. Banco de la República. No. 103 (junio, 2008). [consultado 12 ag. 2011]. Disponible en <<http://www.banrep.gov.co/documentos/publicaciones/regional/documentos/DTSER-103.pdf>> pp. 34-35

⁷⁷ CORPOCESAR; UNIVERSIDAD NACIONAL. Estudio de Fauna, Flora, Descripción Biofísica y Caracterización Socioeconómica y línea base ambiental de la Ciénaga de la Zapatosa. 2007. p 537.

grupos armados ilegales que empezaron a controlar la actividad, se fueron desvaneciendo los esquemas cooperativos de trabajo y estas organizaciones prácticamente desaparecieron.

En cuanto a los centros de acopio y comercialización, la producción pesquera es básicamente para mantener la dieta del pescador y su familia y se vende en menor proporción en el centro de acopio de La Mata, desde donde diariamente se envía un camión furgón con el pescado preservado a las plazas de Bogotá. El pescado proviene de las poblaciones de Saloa, Candelaria, Chimichagua y Sempegua. Otras poblaciones de comercialización son Barranquilla y Valledupar, sin embargo los acopiadores no tienen contrato con grandes almacenes y los llevan directamente a las plazas o a las fincas cafeteras⁷⁸.

Por último, de acuerdo a las referencias suministradas en las mesas regionales, el municipio de El Banco es el que más comercializa pescado de la región y lo vende a las ciudades de Barranquilla, Valledupar, Santa Marta y en mercados aledaños. Chimichagua no sólo es productor sino además una parte importante de la pesca es ofrecida en los mercados locales y recientemente se han instalado pequeñas piscifactorías que no constituyen pesca artesanal.

Así, con miras a reactivar este importante renglón económico regional, la Corporación Regional Autónoma del Cesar- CORPOCESAR, ha construido algunas estaciones piscícolas con el objeto de suministrar semillas y redoblando los cuerpos de agua de uso público, en total se reportan 3.390 estanques que cubren un área de 321.235 metros cuadrados y dos módulos de jaulas flotantes. Junto a otras entidades como el SENA, la Secretaría de Agricultura Departamental, INPA y las UMATAS, también se está apoyando la realización de acciones formativas y de asistencia técnica para los pescadores locales.

- **Sector agropecuario**

La agricultura y la ganadería se desarrollan en planicies inundables donde los terratenientes han construido canales o diques que alteran la circulación de agua de la ciénaga y de los ríos y que ante eventualidades climáticas suelen desencadenar desastres naturales. Los manglares se han visto afectados por la quema y tala indiscriminada de la vegetación para preparar los suelos a fin de que sirvan como potreros para el ganado; todo ello, contrarresta el potencial ecológico

⁷⁸ Ibid.

de la región para desarrollar una actividad que es poco significativa en términos productivos.

Sin embargo, la ganadería es hoy día la actividad económica más extendida en los 5 municipios, aunque el número de cabezas de ganado y la generación de empleos no son muy grandes; en efecto más del 50% de las tierras se dedican al pastoreo y en El Banco el 80% del suelo es para la ganadería extensiva⁷⁹. Además, según el Censo del DANE 2005, en los municipios el total de inventario ganadero es de 170.081 cabezas de ganado, es decir, sólo el 8% del total del departamento del Cesar y Magdalena.

Además de la ganadería doble propósito, de acuerdo a lo comentado en las mesas regionales, la región se caracteriza por la producción de leche, la cual se compra para la producción de queso y/o se comercializa a importantes empresas como Freskaleche y la comercializadora DPA. El queso de la región es bastante apetecido en las regiones de Ocaña, Maicao, Bogotá, Cali y Valledupar.

Por otra parte, con respecto a la agricultura, según el mismo Censo, menos del 10% del suelo se utiliza para esta actividad, lo cual indica que se limita a la producción de subsistencia o para el abastecimiento local. En Tamalameque, se puede evidenciar una diferencia con el resto de los municipios al dedicar un 13% de su territorio al desarrollo de la producción agrícola con cultivos de arroz, maíz, yuca y palma africana, estimando que de este último cultivo se tienen sembradas cerca de 3.000 ha en todo el municipio⁸⁰.

En general, la agricultura en la región se caracteriza por la siembra y cosecha de maíz blanco tradicional, arroz, algodón, sorgo, palma de aceite, naranja, plátano, yuca y en menor medida, café y cacao. En efecto, a partir de datos suministrados por la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Empresarial y la Oficina Asesora de Planeación Departamental, los niveles de producción de los principales cultivos de la región son los siguientes:

⁷⁹ Ibid. p.42.

⁸⁰ OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN DEPARTAMENTAL. Reflexión estratégica sobre el desarrollo de la Ciénaga de Zapatosa. Formulación de un modelo de desarrollo sostenible. p.11.

Tabla 24 Nivel de Producción de los Principales Cultivos Transitorios de la Región

MUNICIPIOS	PRODUCCION EN TONELADAS								
	ALGODÓN	ARROZ MECANIZADO	FRIJOL	MAÍZ AMARILLO TRADICIONAL	MAÍZ BLANCO MECANIZADO	MAÍZ BLANCO TRADICIONAL	PATILLA	SORGO	TOTAL
ASTREA	3		45	4400		6070	1100		11618
CHIMICHAGUA						1662	2000	253	3915
CHIRIGUANÁ	29	2280	338		805	678	1000	200	5330
CURUMANÍ	45	5700	320		1060	1408		650	9183
EL PASO						5411	1100		6511
EL BANCO						6000			6000
LA GLORIA	24	26840			9450	11640	500	1750	50204
PAILITAS		1725	205		1280	1440	1440		6090
PELAYA	7	3025			5900	8200			17132
TAMALAMEQUE		6600				643	240		7483
TOTALES	108	46170	908	4400	18495	43152	7380	2853	123466

Fuente: Sistemas de Información - O.A. de Planeación, con datos suministrados por Secretaría de Agricultura y Desarrollo Empresarial

Tabla 12 Nivel de Producción de los Principales Cultivos Permanentes de la Región

MUNICIPIOS	PRODUCCIÓN EN TONELADAS							
	AGUACATE	CACAO	CAFÉ*	MARACUYÁ	NARANJA	PALMA DE ACEITE	PLÁTANO	TOTAL
ASTREA					7875			7875
CHIMICHAGUA			163		9874		198	10235
CHIRIGUANÁ	112	13	170		1200	2220	1300	5015
CURUMANÍ	217	150	166	240	2025	320	840	3958
EL PASO								0
EL BANCO					6000			6000
LA GLORIA		36	67	150			300	553
PAILITAS	224	90	205	320	405		400	1644
PELAYA			15			363	372	750
TAMALAMEQUE		16				2313	552	2881
TOTALES	553	305	786	710	27379	5216	3962	38911

Fuente: Sistemas de Información - O.A. de Planeación, con datos suministrados por Secretaría de Agricultura y

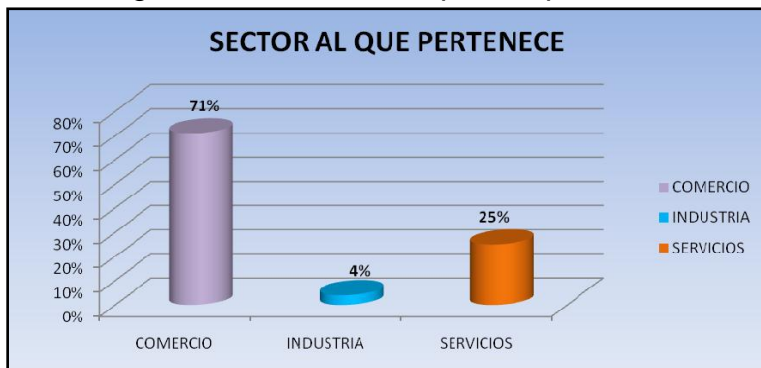
- **sector comercio y servicios**

En las cabeceras municipales, dicho sector es el que constituye la principal actividad de generación de empleo e ingresos y se caracteriza por ser de tipo familiar o microempresarial, en efecto, según el Censo General de 2005, las actividades de comercio y servicios concentran cerca del 80% de las unidades económicas de los cinco municipios de la ecoregión de Zapotosa. No obstante, la información disponible sobre el comportamiento del sector, el número de empresas constituidas y el total de empleos generados por el mismo es escasa, salvo registros encontrados en la Cámara de Comercio de Valledupar que en 2009 realizaron el censo industrial y comercial para los municipios de Chiriguaná y Chimichagua.

Sobre este censo, se pueden inferir similares situaciones del sector en el resto de municipios dada la tendencia a presentar igualdad en las estructuras económicas y productivas de esta región. Al respecto, para el caso de Chiriguaná el Censo encontró que el 74% de los establecimientos de comercio y servicios se encuentran actualmente matriculados mientras que en Chimichagua solo el 48% tienen registro mercantil. Para ambos casos, se evidencia la falta de una cultura empresarial hacia la formalización, la cual indica que los microempresarios locales están perdiendo valiosas oportunidades de crecimiento y mejoramiento de su calidad por estar al margen del cumplimiento de sus obligaciones mercantiles.

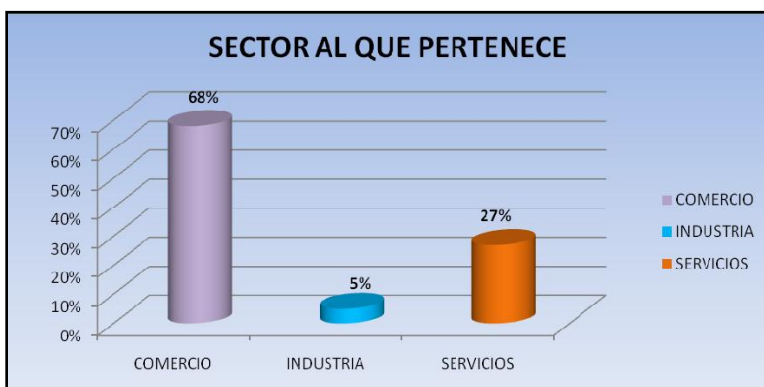
En cuanto a la representatividad del sector, se evidencia que un significativo porcentaje de microempresarios considera que la actividad comercial es una buena fuente de ingresos. Para el caso de Chiriguaná el 68% se dedican al comercio, mientras que el 27% están en el sector de servicios; en Chimichagua se observa la misma tendencia pero con mayor participación del comercio que es del 71%, mientras que para servicios es del 25%.

Grafica 6 Chiriguaná, Total Microempresas por Sector Económico



Fuente: Cámara de Comercio de Valedupar. Chiriguaná, Censo Empresarial 2009.

Grafica 7 Chimichagua, Total Microempresas Por Sector Económico



Fuente: Cámara de Comercio de Valedupar. Chiriguaná, Censo Empresarial 2009

3.1.12 Innovación

Con respecto a la articulación entre academia, sector público y privado, se pueden evidenciar algunas experiencias en torno al fortalecimiento e impulso de iniciativas que fomentan la innovación de productos locales. Una de ellas es el fortalecimiento de la Comisión Regional de Competitividad, la cual cuenta con el apoyo de la Gobernación del Cesar y que en abril de este año en convenio con la Cámara de Comercio de Valedupar, iniciaron un proceso de articulación para el fortalecimiento institucional de dicha Comisión, dentro de la cual se invertirán 244

millones de pesos para financiar la socialización del plan de competitividad regional⁸¹.

Dentro de ella, se articulan a las comunidades productivas, académica y organizaciones no gubernamentales para que impulsen conjuntamente iniciativas de desarrollo regional, entre ellas, se han identificado como proyectos a impulsar la construcción del embalse Los Besotes en Valledupar, el desarrollo logístico de Bosconia y la estructuración del Clúster de la cultura vallenata.

Otra experiencia a destacar es la labor realizada por algunas instituciones educativas para brindar asesorías y desarrollar proyectos de investigación con las empresas locales. La Universidad Nacional y la UDES en convenio interadministrativo con la Gobernación del Cesar, adelantan un plan estratégico de desarrollo en ciencia, tecnología e innovación y la conformación de un centro de desarrollo tecnológico para el Cesar, el cual se dirige fundamentalmente a los sectores agrícola, ganadería y turismo. Dicho convenio pretende evaluar la situación actual del Departamento en materia de ciencia y tecnología y con ello reconocer los actores que intervienen para definir las prioridades sobre las cuales se puedan trabajar para fortalecer al sector productivo⁸².

Además, en la región también se ha conformado el Comité Universidad- Empresa-Estado CUEE, el cual cuenta con la participación de empresarios, académicos y entidades gubernamentales para consolidar estrategias e inversiones en pro del mejoramiento de los niveles de competitividad de las empresas locales, evidenciando como uno de los principales logros la generación del Premio Emprendedor CUEE- Hotel Las Américas, para estimular la creación de empresas de base tecnológica. Dicho comité está integrado por 42 socios empresariales, 6 socios gremiales, 17 instituciones de educación superior y 3 socios del sector público⁸³.

Por otra parte, en septiembre de 2011, fueron presentadas 39 iniciativas por parte de los gobernadores de la región Caribe para fortalecer la educación, ciencia y tecnología, tales como los programas para la gestión de la sede de la Universidad

⁸¹DIARIO EL PILÓN. Gobernación del Cesar apoyará fortalecimiento de Comisión de Competitividad. [en línea]. (Abril 4 de 2011). [consultado sep. 27 de 2011]. Disponible en <<http://www.elpilon.com.co/inicio/gobernacion-del-cesar-apoyara-fortalecimiento-de-comision-de-competitividad/>>

⁸² DIARIO EL PILÓN. UDES apoya el desarrollo en ciencia, tecnología e innovación en el Cesar. [en línea]. (Junio 18 de 2011). [consultado sep. 27 de 2011]. Disponible en <<http://www.elpilon.com.co/inicio/udes-apoya-el-desarrollo-en-ciencia-tecnologia-e-innovacion-en-el-cesar/>>

⁸³ UNIVERSIA NOTICIAS COLOMBIA. Ciencia Y tecnología. El Caribe le apuesta a la innovación: IV encuentro del CUEE. [en línea]. (Diciembre 10 de 2010). [consultado sep. 27 de 2011]. Disponible en <<http://noticias.universia.net.co/ciencia-ntt/noticia/2010/12/10/761124/caribe-apuesta-innovacion-iv-encuentro-cuee.html>>

Nacional de Colombia en Cesar, la puesta en marcha de un plan departamental de aguas, conectividades ecosistémicas y socioculturales para recuperar la ciénaga, manejo integrado de cuencas, entre otros⁸⁴. Todas estas propuestas apuntan a la puesta en marcha de programas basados en la investigación, ciencia y tecnología para el uso sostenible de los recursos naturales de la región, el desarrollo y potenciación de los sectores agroindustriales y el desarrollo de una plataforma de servicios y logística para la competitividad.

Finalmente, los Centros Educativos del SENA que hacen presencia en la región, vienen adelantando proyectos de investigación y extensión sumamente interesantes. El primero de ellos, denominado: Banano, Proyecto para Biocombustible⁸⁵ se desarrolla actualmente en el SENA Regional Magdalena, por los estudiantes del programa Tecnólogo en Procesos Biotecnológicos Aplicados a la Industria del Centro Acuícola y Agroindustrial. El proyecto busca transformar residuos orgánicos generados del cultivo de banano tales como: cáscara de banano, vástagos, banano de rechazo entre otros, en biocombustible.

De otra parte, El SENA Regional Cesar, organizó este año en la región la Primera Feria de Emprendimiento y Desarrollo Tecnológico de Valledupar, en donde se presentaron propuestas innovadoras de sus estudiantes en los diferentes centros de educación en el departamento.⁸⁶

Entre ellos, se destacó El Centro Agroempresarial que participó en dicho evento con los siguientes proyectos:

- Revivir: Proyecto desarrollado por el programa de formación Reproducción Agropecuaria Ecológica. Consiste en producir un alimento a base de microminerales y nutrientes con una carga alta de energía útil para mejorar el comportamiento seminal de toros con cansancio sexual y/o problemas Reproductivos asociados a la mala nutrición.
- Embriotec: Proyecto del programa de formación Reproducción Bovina. Éste es un Software de cálculo de campo útil para determinar de manera práctica y

⁸⁴ GOBERNACIÓN DEL CESAR. CHAPARRO, Lilibeth. Gobernadores de la región Caribe presentan 39 proyectos para fortalecer el desarrollo de esta zona del país. [en línea]. (20 de Septiembre de 2011). [consultado sep. 27 de 2011]. Disponible en <<http://www.gobcesar.gov.co/articulo.aspx?idc=1843>>

⁸⁵ SENA. REGIONAL MAGDALENA. Centro Acuícola y Agroindustrial de Gaira. Banano, proyecto para Biocombustible. [en línea]. (9 de Septiembre de 2011). [consultado 28 sep. 2011]. Disponible en <<http://acuicolayagroindustrialgaira.blogspot.com/>>

⁸⁶ SENA REGIONAL CESAR. Proyectos Centro Agroempresarial-Emprendimiento. [en línea]. [consultado 28 sep. 2011]. Disponible en <<http://proyectosagroempresarial.blogspot.com/>>

eficaz la dosis de hormona FSH tipo Pluset para la súper ovulación en la producción de embriones bovinos.

3.2 CONCLUSIONES DIAGNÓSTICO COMPETITIVO COMPLEJO CENAGOSO DE LA ZAPATOSA

- En términos de participación ciudadana, seguimiento y control al manejo de los recursos públicos y la implementación de herramientas que permitan medir la eficiencia del gasto, se puede evidenciar que en la región las acciones de veeduría ciudadana son incipientes, a raíz de la escasa información y preparación con la que cuentan los líderes comunitarios y porque la ciudadanía no hace denuncias dadas las continuas amenazas y la situación de orden público y seguridad que afronta el territorio.
- Una gran debilidad del territorio es la escasa cobertura de los servicios públicos y además la calidad deficiente de los mismos, en especial respecto al acueducto y alcantarillado. La falta de una red adecuada de alcantarillado provoca que los desechos humanos y las aguas residuales sean depositadas en la Ciénaga acabando con este importante recurso hídrico y potencial turístico. Aunque en los últimos años, se puede evidenciar la mejora en cobertura de algunos servicios, como es el caso de Chiriguaná, hace falta un estudio que permita medir la calidad del agua potable en la región.
- En cuanto a la educación, si bien los niveles de cobertura son aceptables no ocurre lo mismo en términos de calidad. La región no cuenta con infraestructura adecuada para la formación secundaria y profesional y en los municipios no hay una sede física de universidades o de centros de educación superior que faciliten la continuación de estudios de los jóvenes egresados de la media vocacional. Además la baja calidad se representa en los bajos puntajes en las pruebas Saber que para la región se ubican por debajo del promedio nacional.
- En la variable salud la cobertura de la población sisbenizada muestra porcentajes alentadores, salvaguarda la doble inscripción en los municipios. Dado el alcance de este estudio se sugiere que para diagnósticos más detallados en este aspecto, sería conveniente hacer una revisión de los inscritos en cada

municipio y comparar quienes de ellos presenta un registro doble. Por otra parte, de acuerdo a los comentarios en las mesas regionales y visitas a la región, no se evidencian centros de salud u hospitales, lo que indica que los problemas de salud de la ciudadanía deben atenderse en Valledupar o en otras regiones contra las capacidades e ingresos de la población local. Se presentan en contraprestación un número significativo de droguerías y farmacias, puesto que la mayor parte de la población acude a la automedicación o a la compra de medicinas sin prescripción médica.

- De acuerdo a las mesas regionales en términos de comunicación territorial, la región cuenta con una importante ventaja y es la conocida actividad cultural y artística de sus municipios, que para algunos festivales y fiestas municipales, cuentan con reconocimientos a nivel departamental y nacional. Los participantes en las mesas comentan que sus raíces culturales difieren de la cultura vallenata del resto del departamento, lo que representa un elemento de identidad al hacerlos únicos exponentes de los cantos tradicionales y música como las tamboras, guachernas y otras expresiones más ancestrales y autóctonas, respecto al resto del territorio.

- Respecto a la eficiencia en el mercado de bienes, en la región se observa una marcada concentración del mercado entre los municipios aledaños y abastecimiento a zonas cercanas y poca tendencia expansión a mercados nacionales. Las dificultades para comercializar los productos radican en los pocos alcances de la producción total y en la proliferación de intermediarios para ciertos productos que representan una clara desventaja en términos de ingresos para el productor local. No obstante, algunos productos derivados de la leche, recientemente se han asentado en mercados como Ocaña, Maicao, Bogotá, Cali, Valledupar

- El escaso desarrollo industrial y la tendencia del mercado hacia la proliferación de establecimientos de comercio y servicios, inciden de manera poco significativa en el mantenimiento competitivo de la economía local, por lo que sería necesario canalizar estas actividades hacia el complemento de otros sectores que tengan mayor repercusión en el entorno macroeconómico, tales como el desarrollo de actividades eco turísticas o turismo comunitario. Canalizar la actual infraestructura hotelera y de servicios como ventas de alimentos, restaurantes y transporte para potenciar el turismo local, puede ser una alternativa viable que

permitiría allanar costos en términos sociales, ambientales y económicos. Además, el turismo responsable facilitaría el posicionamiento de la región para la atracción de turistas y visitantes convirtiéndose en una fuerte ventaja que permitiría al Complejo Cenagoso de Zapatosa, aprovechar de mejor manera sus potenciales naturales y ecológicos.

- Entre las actividades productivas más representativas está la pesca, aunque conviene emitir mayores controles sobre el uso de algunos instrumentos prohibidos para su desarrollo. La comercialización a mercados regionales, principalmente hacia Barranquilla, Valledupar, Sur de Bolívar y Santa Marta, debe reforzarse y complementarse con la venta de pescado empacado al vacío, procesado en harina y/o pescado fresco. En la región, recientemente actividades productivas como la palma africana están impulsando la actividad industrial. Así mismo, la producción de leche y productos derivados está incursionando a mercados en Bogotá, Maicao, Cali y Valledupar; situación que debe aprovecharse para generar alternativas de ingresos a la población.

- Respecto al mercado laboral, se requiere mayor compromiso del gobierno nacional y regional para fomentar la formalización empresarial y el emprendimiento en la región. Según las mesas regionales, el subempleo es mayor en el sector agropecuario y en el sector de comercios, así mismo la informalidad aumenta en los municipios que reciben regalías por lo que la población económicamente activa parece mostrar poco interés en emplearse.

- Respecto a los niveles de innovación en la región son mínimos obedeciendo a la poca presencia de profesionales con maestría y doctorado y la inexistente infraestructura educativa universitaria, técnica y tecnológica. Así mismo, la búsqueda de grupos de investigación en el sistema nacional de ciencia y tecnología, Colciencias, muestra en total 41 grupos de investigación para el Departamento del Cesar, número inferior al de otros departamentos de la Costa Caribe como Magdalena (100), Atlántico (243) y Bolívar (177); muchos de estos grupos están sin clasificar y dedicados a temas agroindustriales, biotecnológicos y ambientales.

- Una región como el Complejo Cenagoso de la Zapatosa, debe hacer mejor uso de sus recursos naturales, por ejemplo en el caso de la taruya, que si bien

representa un problema para los pescadores, este fenómeno natural puede ser materia prima para las artesanías locales. Así mismo, se debe trabajar de manera más coordinada para la reducción de los problemas ambientales y para la implementación de algunas importantes recomendaciones derivadas de los estudios ambientales y del plan de manejo ambiental que proponen por ejemplo el establecimiento de programas de formación a los pescadores para que estos se conviertan en protectores de la ciénaga.

4 DIAGNÓSTICO COMPETITIVO HOYA DEL RÍO SUÁREZ

Ilustración 2 Mapa Región Hoya del Río Suarez



Fuente: Gobernación de Santander

La Hoya del Río Suárez está ubicada al oriente del país, su extensión es de aproximadamente 9200 Km². El territorio se distingue por la gran cantidad de recursos hídricos, suelos de buenas características agronómicas, alta biodiversidad y amplios humedales conectados con el Río Magdalena. Además, se ubica estratégicamente sobre la Troncal Central del Norte y la Troncal Panamericana, las cuales se unen en la región a través de la transversal del Carare.

La región se encuentra limitada por dos barreras naturales: la falla del Suárez, al Oriente y la falla de Salinas, al Occidente. La primera corresponde a la hoya del río Suárez, que da origen al nombre del territorio, con producción de caña panelera y pequeños cultivos de café. La segunda ubicada hacia los límites con el departamento de Boyacá, se caracteriza por la explotación de cultivos transitorios,

pastos no manejados y cultivos naturales de guayaba, que se mezclan con bosques de colina altamente intervenidos.

La Hoya del Río Suárez está conformada por 15 municipios, 14 pertenecientes al departamento de Santander (Aguada, Barbosa, Charalá, Florián, Chivatá, Guavatá, Güepesa, Jesús María, La Belleza, Puente Nacional, San Benito, Sucre y Vélez) y (Moniquirá) del departamento de Boyacá. Abarca una población total de 141.829 habitantes, siendo Barbosa, Moniquirá y Vélez, los municipios que mayor cantidad de población abarcan y Aguada el de la población más reducida.

El territorio cuenta con importantes potenciales en materia económica, en efecto produce cerca del 82% de la producción nacional de Guayaba. El 24% de la producción local se utiliza en como materia prima para la elaboración del bocadillo y el 76% restante se destina para el procesamiento de otras industrias como las conservas, pulpas y jugos o como fruto fresco. La identidad regional gira en torno a la producción ancestral de Bocadillo, gracias a su calidad y actualmente está posicionado en el mercado nacional. Existen 128 fábricas de bocadillo que producen aproximadamente 35.000 Ton/Año y generan alrededor de 3.000 empleos directos y 4.000 indirectos, de los cuales alrededor del 70% ocupan mano de obra femenina.

Así mismo, la producción de panela es la principal actividad agrícola de la economía regional debido al número de hectáreas sembradas y a la generación de empleo en mano de obra calificada, así en el territorio existen alrededor de 1.276 pequeños y medianos productores concentrados en la Hoya del Río Suárez con 46.000 hectáreas sembradas, siendo la región de mayor producción en el país.

4.1.1 INSTITUCIONES

La corrupción y el proselitismo son fenómenos extendidos a nivel nacional, constituyen los problemas más agravantes para el uso eficiente de los recursos del Estado y de los aportes de la sociedad a la gestión pública. Dada la repercusión de este problema en la sostenibilidad fiscal y el desarrollo de las regiones, conviene hacer un seguimiento y medición a las entidades públicas regionales para medir su eficiencia en el uso de los recursos territoriales. Dicha medición es señalada en los índices de transparencia publicados por la Organización Transparencia por Colombia y que constituyen herramientas para identificar las condiciones institucionales y prácticas de los actores

gubernamentales, con el fin de definir el riesgo de corrupción que se presenta en los territorios.

Así, el índice de transparencia para el Departamento de Santander en el periodo 2008-2009 mostró que el departamento ocupó el primer lugar entre las administraciones departamentales mejor calificadas en términos de visibilidad, institucionalidad, control y sanción.

Tabla 26 Ranking del Índice de Transparencia Departamental 2008 – 2009

RANKING	DEPARTAMENTO	VISIBILIDAD	INSTITUCIONALIDAD	CONTROL Y SANCIÓN	IDT	NIVEL DE RIESGO
1	SANTANDER	73,5	78,4	100	84	MODERADO
2	CALDAS	80	70,8	94,2	81,7	MODERADO
3	BOYACÁ	73,2	74,8	93	80,3	MODERADO
4	RISARALDA	75,8	70,5	88,9	78,4	MODERADO
5	QUINDÍO	72,8	79,8	82,2	78,3	MODERADO

Fuente: Corporación Transparencia por Colombia

Sin embargo, en el caso específico de los municipios de la región de la Hoya del Río Suárez, no se observa esta misma tendencia, puesto que presentan altos índices de riesgo, en especial por la falta de participación de la ciudadanía en el presupuesto y por la escasa evaluación y capacitación del recurso humano para el cumplimiento de normas y estándares. Así se indica en los resultados 2002-2005 para los municipios de Barbosa y Puente Nacional⁸⁷.

Por otra parte, en cuanto a la presencia de grupos armados y situación del orden público, si bien en los últimos años la región ha presentado significativos avances en materia de seguridad, no es desconocido el hecho de que desde hace décadas, Santander ha sido el departamento origen de grupos guerrilleros y de paramilitares. Particularmente, desde los años setenta, han hecho presencia en el municipio de Landázuri los frentes XX y XXIII de las FARC; este último con especial actuación en la provincia de Vélez, en municipios como Güepsa, Florián, Jesús María, Cimitarra, La Belleza, Landázuri, Puerto Parra, Vélez, Guavatá,

⁸⁷ ORGANIZACIÓN TRANSPARENCIA POR COLOMBIA. Índice de transparencia municipal, fichas técnicas. [en línea] [consultado 26 Oct. 2011]. Disponible en: <http://www.transparenciacolombia.org.co/%C3%8DNDICES/%C3%8DndiceMunicipal/FichasT%C3%A9cnicas%C3%8DndiceMunicipal/tabid/187/Default.aspx>

Puente Nacional, Bolívar, Albania y Sucre. Así mismo, hacen presencia los grupos de autodefensas Lanceros de Vélez y Boyacá⁸⁸.

Grafica 8 Tasa de Homicidios Departamental 2003-2006



Fuente: CIC- Policía Nacional
 Procesado: Observatorio del Programa Presidencial de DDHH y DIH, Vicepresidencia de la República

Al observar los indicadores para el Departamento, la evolución de la tasa de homicidios de Santander ha estado, en los últimos años, por debajo del promedio nacional, cabe notar la disminución de dicha tasa en el periodo 2009-2010. Además en el caso específico de la Provincia de Vélez, los altos índices de violencia corresponden a municipios que no están dentro del área de la Hoya del Río Suárez, tales como Cimitarra y Landazuri; por ello, en las mesas regionales y entrevistas realizadas en la región, la comunidad señala que la región muestra condiciones estables de seguridad y que se deben reforzar las oportunidades educativas y laborales para los jóvenes, a fin de mitigar los problemas de delincuencia común y drogadicción.

En cuanto al fenómeno de desplazamiento forzado, el aumento de personas expulsadas se explica por el leve incremento de masacres y tasa de homicidio. En 2001, la Provincia de Vélez expulso 1.332 personas siendo la segunda región con mayor número de desplazados después de la Provincia de Mares, mostrando una tendencia al alza en años posteriores, específicamente del 2002 al 2006⁸⁹; los

⁸⁸VICEPRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA. Los derechos humanos en el Departamento de Santander. [en línea] [consultado 26 Oct. 2011]. 2003. Disponible en: <<http://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/1F9D0BBD71F1C6ABC1256E310034CEAF-govcol-col-04feb.pdf>>.

⁸⁹ Ibid., p. 10

municipios de la Provincia de Vélez que obedecen a este comportamiento son Sucre, Vélez, Barbosa y El Peñón. Cabe anotar, que a pesar de estos indicadores, el departamento de Santander ha sido históricamente receptor de población desplazada por la violencia, situación que obedece a la ubicación geográfica y estables condiciones macroeconómicas, por lo que la absorción de desplazamiento se concentra en los municipios del Área Metropolitana de Bucaramanga, Puerto Wilches, Barrancabermeja, Rionegro y Lebrija⁹⁰.

Por ello, a pesar de los indicadores presentados, los problemas de seguridad y orden público se asientan en municipios específicos de la región y no se debe concluir que esta sea la tendencia general en la Hoya del Río Suárez. Lo anterior es soportado por la opinión de la comunidad de la región que en las mesas provinciales han mencionado como un cambio positivo en los últimos años, la estabilización del orden público en las zonas rurales y cabeceras municipales de Vélez, Barbosa, Aguada, Puente Nacional, Florián, Güepsa, Moniquirá y Guavatá.

En general, la región presenta una base institucional representativa y la comunidad se muestra confiada en la labor realizada por las mismas. En efecto, se empiezan a observar dinámicas de cohesión social como las de los productores de guayaba y panela que se han organizado para construir un importante tejido empresarial a nivel local hacia el fortalecimiento de la producción y comercialización. Así mismo, otras instituciones como la Universidad Industrial de Santander y el Sena se muestran como los entes educativos más importantes y fomentan la educación profesional, técnica y tecnológica de la región acorde con las demandas del sector productivo y del desarrollo local.

⁹⁰ UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. Grupo de Investigación sobre Desarrollo Regional y Ordenamiento Territorial – GIDROT. Panorama Santander 2011. Bases para la construcción de gobernabilidad y desarrollo en el Departamento. 2011. p 70.

Tabla 27 Porcentaje participación elecciones 2011

MUNICIPIO	TOTAL VOTOS ALCALDIA	TOTAL VOTOS GOBERNACION	TOTAL VOTOS ASAMBLEA	TOTAL VOTOS CONCEJOS	POTENCIAL SUFRAGANTES	PROMEDIO	% PARTICIPACIÓN
AGUADA	1,124	1,122	1,126	1,123	1,385	1,124	81%
BARBOSA	14,528	14,504	14,183	14,489	21,639	14,426	67%
CHARALÁ	6,257	6,267	6,313	6,293	9,397	6,283	67%
CHIPATÁ	2,963	2,958	2,865	2,748	3,961	2,884	73%
FLORIÁN	3,518	3,407	3,311	3,352	4,815	3,397	71%
GUAVATÁ	3,105	3,042	3,191	3,410	4,230	3,187	75%
GUEPSA	2,746	2,745	2,676	2,824	3,756	2,748	73%
JESÚS MARÍA	2,210	2,211	2,435	2,194	3,045	2,263	74%
LA BELLEZA	3,707	3,687	3,549	3,694	5,068	3,659	72%
LA PAZ	2,943	2,789	2,646	2,826	3,988	2,801	70%
MONIQUIRÁ	9,971	9,946	9,222	9,699	16,053	9,710	60%
PUENTE NACIONAL	7,424	7,519	7,630	7,352	11,847	7,481	63%
SAN BENITO	2,096	2,068	2,093	2,088	2,677	2,086	78%
SUCRE	4,221	4,221	4,478	4,343	6,028	4,316	72%
VÉLEZ	9,936	9,954	9,113	10,128	15,338	9,783	64%

Fuente: Elaboración Equipo Técnico ADEL Metropolitana a partir de datos resultados elecciones de la página www.colombia.com

Como lo indica la tabla anterior, en efecto, la participación ciudadana en la región se muestra significativa, puesto que más del 50% de la población potencialmente sufragante acude a las urnas para elegir su representación política, cabe señalar la importancia de votación para alcaldías y gobernación, lo que indica confiabilidad en la representación política a nivel local y regional.

Además, existen otras entidades de relevancia local que adelantan iniciativas de promoción socioeconómica de la región, tales como la Agencia de Desarrollo Económico Local- ADEL Vélez, el Comité Regional de Seguridad Alimentaria que integra a 13 municipios del Magdalena Medio, Pastoral Social, Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio, Univélez, CIMPA y organizaciones del sector solidario como ECOCACAO y Concertemos. Dichas entidades promueven y consolidan acciones comunitarias, gestando importantes experiencias de organización social.

No sobra decir, que pese a la sólida base institucional existente, aún quedan por superar problemas de individualidad y de priorización de inversiones fuera de la región, lo cual dificulta el impulso de proyectos de mayor envergadura que requieren el esfuerzo y la inversión colectiva para que la economía de la región y el sistema social, se incorporen y adapten a las necesidades de competitividad locales.

4.1.2 Infraestructura

La región de la Hoya del Río Suárez cuenta con una posición geográfica privilegiada y sirve de puerto principal y conectividad del departamento de Santander con la capital del país y la región cundiboyacense. Las vías principales de la región son la Transversal del Carare y la Troncal Central Nacional; la primera, corresponde a un corredor vial secundario de Santander, que cubre la ruta Puerto Araujo- Tunja y tiene una longitud de 199 km pero que constituye uno de los corredores complementarios de competitividad de alta importancia para el desarrollo del país; la segunda, según el Plan Nacional de Vías corresponde a la ruta 45A planeado para cubrir el trayecto entre Bogotá y San Alberto (Cesar), tiene 501 Km de longitud y permite la comunicación terrestre de Bucaramanga con Bogotá.

Sin embargo, pese a la importancia de estas vías para el desarrollo nacional, cabe señalar que el total de sus trayectos no están totalmente pavimentados y es

evidente la falta de mantenimiento y reparación en algunos tramos. Además, como consecuencia de la etapa invernal que afectó a la mayoría de vías del departamento, la Gobernación de Santander ha declarado con paso restringido los pasos viales Barbosa- Vélez y Barbosa- Puente Nacional, y con paso a un carril, las vías a Vélez, Barbosa- Güepa y Güepa - Vado Real⁹¹.

Además, cada municipio cuenta con otras vías de acceso de menor importancia pero que facilitan el intercambio comercial y la comunicación entre los municipios cercanos, tales como la vía Vélez- Guavatá a través de la cual se hacen transacciones intermunicipales de bocadillo y panela, las vías de interconexión Aguada, La Paz y Chipatá, la vía Vélez- Bolívar que es una bifurcación de la Transversal del Carare que facilita el intercambio de producción agropecuaria y la vía Landázuri- San Ignacio- Vélez que permite la comunicación interveredal de estos municipios.

⁹¹GOBERNACION DE SANTANDER. Estado vías departamentales. [en línea]. Disponible en: <http://cumbia.invias.gov.co/aplicaciones_inv/redvial/santander.html >

Ilustración 3 Vías secundarias Provincia de Vélez

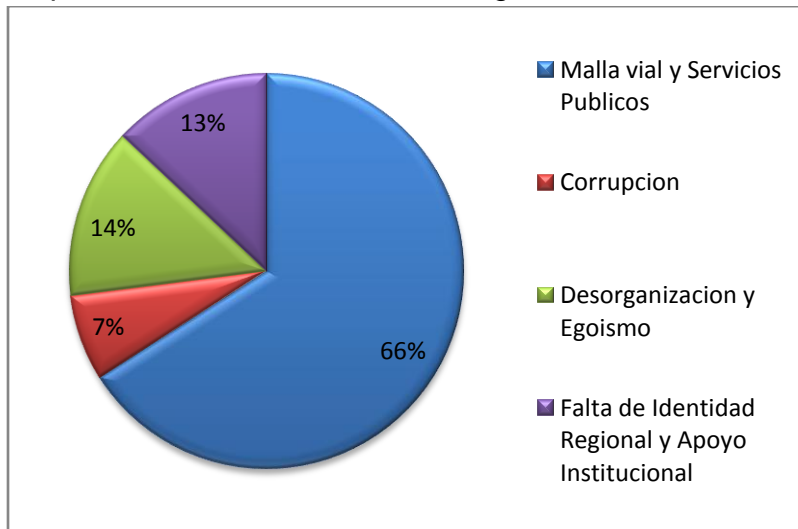


Fuente: Secretaria de Transporte e Infraestructura Vial Departamental

Así mismo, en las mesas regionales y encuestas realizadas a la comunidad, se comenta que en la región faltan diseños técnicos para la construcción de puentes, empedrados y pavimentación de vías intermunicipales y veredales, así mismo, el carácter del relieve quebrado ha ocasionado que las escasas vías carreteables se mantengan en el tiempo y algunas presentan fallas geológicas. Así mismo, la comunidad demanda la falta de interés de las administraciones locales, regionales y nacionales para mejorar las vías locales y en algunos sectores sólo se cuenta con caminos de herradura por donde deben atravesar los habitantes para transportar los productos agrícolas al casco urbano.

En efecto, en visitas realizadas a la región se evidenció que los municipios de Sucre, Aguada, Florián y Guavatá no tienen vía de acceso pavimentada, así mismo los tramos de comunicación La Paz- Chipatá, Jesús María- Puente Nacional, La Belleza- Jesús María y Güepsa - Barbosa, están pavimentados pero más allá de estas conexiones las vías de comunicación son de difícil acceso o poco carreteables situación que se agudiza en temporadas de lluvias. Así mismo, en encuestas realizadas a habitantes de la región, se indica que el aspecto negativo más destacado es la deficiente malla vial y la falta de calidad en los servicios públicos, en especial en acueducto y alcantarillado.

Grafica 9 Percepción de los habitantes de la región



Fuente: Equipo Técnico ADEL Metropolitana. Encuestas a la población local.

Atendiendo a estas necesidades, el Plan Departamental de vías 2009-2018 propone la ejecución de proyectos de pavimentación de las vías Jesús María-Puente Nacional (actualmente en desarrollo), Vélez-Chipatá y Vélez-Landázuri-Cimitarra. Así mismo, la Administración Cooperativa Carare-Opón COOPUNIÓN, ha gestionado recursos de cooperación internacional para la consecución de un banco de maquinaria regional que facilite el mantenimiento de la malla vial de la Provincia de Vélez, en particular de la red vial terciaria de los municipios de Florián, Bolívar, La Paz, Guavatá y Vélez.

Por otra parte, la región presenta déficit en la infraestructura de vivienda, puesto que los EOT de cada municipio están desactualizados o no disponible, por el alto costo de la tierra urbanizable, la falta de subsidios para vivienda social y la deficiente dinámica de las asociaciones; todo ello representa un obstáculo para el desarrollo urbanístico. Dicha situación corresponde a la dinámica departamental ya que de los 498.648 hogares del departamento, el 49% en la zona urbana y el 51% en la zona rural presentan déficit de vivienda⁹².

A partir de la revisión de los planes de desarrollo de cada municipio se evidencian los problemas de cobertura de vivienda de interés social para los estratos 1 y 2, así como la falta de calidad de las viviendas existentes lo que se evidencia en el

⁹²PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO PNUD y DEPARTAMENTO DE SANTANDER. Política pública de Vivienda "Vivienda para la vida". 2008. [en línea]. Disponible en: <www.pnud.org.co/img_upload/3332313332316164616461646164/SANTANDER%20politica%20vivienda.pdf> p.15>

riesgo que presentan las viviendas por deslizamiento, en el caso de la Provincia el 10% sobre el total departamental⁹³. Entre otras causas de déficit habitacional se evidencia el desplazamiento forzado de familias rurales que optan por vivir en áreas de baja calidad sanitaria y física por la dificultad de acceso y escasos recursos para acceder a una vivienda digna.

Los problemas de urbanización y de construcción de viviendas de interés sociales requieren la acción inmediata de las administraciones municipales y el gobierno departamental, generando alianzas con las organizaciones urbanizadoras y constructoras de nuevos proyectos de vivienda para cubrir las necesidades de vivienda en la región y ofrecer la posibilidad a personas de escasos recursos. En cuanto a la infraestructura disponible para la prestación de servicios turísticos, en la región sólo se cuenta con aeropuerto en el municipio de Barbosa el cual actualmente se encuentra inactivo a nivel comercial y se utiliza solo para vuelos chárter o privados; por lo que el acceso a la región es netamente terrestre.

4.1.3 Déficit Fiscal Regional.

La Hoya del Río Suárez presenta un balance positivo en el manejo dado a las finanzas públicas, lo cual corresponde a la dinámica regional que para el año 2010, según el Departamento Nacional de Planeación, para los Departamentos de Boyacá y Santander, fueron el puesto 14 y 19 respectivamente, en el ranking de desempeño fiscal departamental.

⁹³Ibíd., p.16

Tabla 28 Desempeño Fiscal Hoya del Río Suárez 2010

MUNICIPIO	PORCENTAJE DE INGRESOS CORRIENTES DESTINADOS A FUNCIONAMIENTO 1/	MAGNITUD DE LA DEUDA 2/	PORCENTAJE DE INGRESOS QUE CORRESPONDEN A TRANSFERENCIAS 3/	PORCENTAJE DE INGRESOS QUE CORRESPONDEN A RECURSOS PROPIOS 4/	PORCENTAJE DEL GASTO TOTAL DESTINADO A INVERSIÓN 5/	CAPACIDAD DE AHORRO 6/	INDICADOR DE DESEMPEÑO FISCAL 7/	POSICIÓN 2010 A NIVEL NACIONAL	POSICIÓN 2010 A NIVEL DEPARTAMENTAL
MONQUIRÁ	69.06	3.6	66.1	78.88	74.59	25.07	69.48	389	36
AGUADA	56.11	6.8	92.8	31.74	91.9	38.7	61.99	782	66
BARBOSA	57.26	3.31	53.52	84.13	81.97	49.82	77.48	129	13
CHARALÁ	59.1	1.24	67.19	76.56	87.64	52.95	75.9	166	16
CHIPATÁ	47.96	-	82.44	40.15	84.14	46.08	66.1	545	41
FLORIÁN	49.47	-	67.1	57.84	88.54	65.65	75.21	184	18
GUAVATÁ	86.71	6.73	78.18	46.54	83.87	14.97	55.92	1020	86
GÜEPSA	48.54	12.38	78.58	49	80.02	46.6	65.29	595	49
JESÚS MARÍA	44.94	-	67.44	54.84	86.9	65.45	74.36	213	20
LA BELLEZA	62.03	8.67	97.14	54.62	85.55	46.98	64.94	612	51
LA PAZ	51.01	-	87.07	40.42	85.02	39.17	64.48	644	53
PUENTE NACIONAL	60.33	2.58	67.39	75.89	85.57	55.54	75.57	172	17
SAN BENITO	51.33	6.37	84.98	39.97	85.61	40.07	63.81	687	57
SUCRE	61.25	4.7	88.45	31.13	88.46	30.35	61.08	834	72
VÉLEZ	70.84	-	72.07	64.72	69.82	31.8	67.12	479	38

Fuente: Elaboración Equipo Técnico ADEL Metropolitana. Datos DNP, Ranking de Desempeño Fiscal 2010

No obstante, la región presenta debilidades en términos de creación y fortalecimiento de organizaciones o instancias de apoyo a la gobernabilidad, tales como, consejos municipales de cultura, institutos municipales de deportes, corporaciones de ferias y fiestas, consejos de política social y de planeación territorial, entre otros, que son necesarios para el desarrollo integral y social de la población. Por otra parte, las juntas de acción comunal, de veeduría ciudadana y los comités de participación, se han visto limitados por la falta de herramientas y recursos que posibiliten llevar a cabo de manera efectiva su gestión.

4.1.4 Salud y Educación Básica

En la región son evidentes los problemas de seguridad alimentaria por la disminución de la producción agrícola y pecuaria. Lo anterior incide para que la población sufra problemas de desnutrición, en especial los infantes, en efecto según datos del SISBEN, en el municipio de Vélez el 22,8% de los menores de 1 año presentan desnutrición crónica y el 3,8% de los niños presentan bajo peso al nacer.

Con respecto a los niveles de cobertura en salud, analizando los datos de afiliados al régimen contributivo y subsidiado, se encuentra que un porcentaje significativo de la población accede a estos servicios. La dinámica regional es similar a la nacional en este sentido, puesto que Colombia en los últimos 10 años ha aumentado la cobertura en salud del 58% al 89%⁹⁴, además el mayor crecimiento se muestra en el número de afiliados al régimen subsidiado, lo que lo cual significa que cada vez más, la seguridad social se financia con recursos públicos.

En la Hoya del Río Suárez, se encuentra que el 86,9% de los afiliados pertenecen al régimen subsidiado. Solo municipios como Barbosa, Moniquirá y Vélez presentan cifras significativas en el número de afiliados al régimen contributivo. Por el contrario, los municipios de San Benito, Sucre y Jesús María son los que presentan el mayor porcentaje de afiliados al régimen subsidiado con un 97%.

⁹⁴CAMARA DE COMERCIO DE BARRANQUILLA. [en línea]. [consultado 25 de oct. 2011]. Disponible en: <http://www.camarabaq.org.co/index.php?option=com_content&view=article&id=419&Itemid=271>

Tabla 29 Afiliados al régimen contributivo y subsidiado en la Hoya del Río Suárez

MUNICIPIO	R. CONTRIBUTIVO	%	R. SUBSIDIADO	%	TOTAL
AGUADA	130	6.3	1928	93.2	2068
BARBOSA	15070	46.8	16908	52.5	32180
CHARALÁ	1019	8.8	10414	89.4	11645
FLORIÁN	239	3.7	6255	95.8	6531
CHIPATÁ	174	3.7	4482	95.2	4707
GUAVATÁ	145	3.7	3724	94.7	3932
GÜEPSA	382	8.8	3868	89.6	4319
JESÚS MARÍA	103	2.7	3650	97	3762
LA BELLEZA	413	5.9	6552	93.8	6982
LA PAZ	242	4	5754	95.3	6036
MONQUIRÁ	7883	31.5	16770	67	25035
PUENTE NACIONAL	2859	21.5	10377	77.9	13320
SAN BENITO	68	2.2	2952	96.8	3050
SUCRE	308	3.5	8436	96.1	8780
VÉLEZ	6201	30.5	14005	68.8	20351

Fuente: Elaboración equipo técnico ADEL, datos Ministerio de Protección Social

Como se observa, los municipios de mayor vocación agrícola son los que presentan mayor diferencia en el número de afiliados al régimen subsidiado, ello demuestra que las actividades productivas de la región son de carácter informal y los trabajadores dependen en gran parte del apoyo del Gobierno Central.

En general, la región presenta dificultades en la prestación de los servicios de salud, por cuanto los habitantes de las áreas rurales no tienen acceso permanente ni oportuno en algunos casos a los servicios de asistencia médica y consulta, pues tienen que desplazarse hasta las cabeceras municipales o a otras ciudades como Bucaramanga, Tunja o Bogotá por la escasa oferta de servicios especializados. Así mismo, la región no cuenta con personal médico y paramédico suficiente para atender las demandas de la ciudadanía y ello deriva problemas en materia de prevención, promoción y educación en salud pública.

En efecto, en la región tan sólo se cuenta con cuatro centros hospitalarios, a partir de información consultada en las páginas web de cada municipio se encontraron que sólo Barbosa, Moniquirá, Aguada y Puente Nacional, cuentan con Empresas Sociales del Estado que ofrecen servicios de Salud. Así, en el caso de Barbosa, se cuenta con el Hospital Integrado San Bernando, el cual tiene 97 empleados y

es el centro de salud más importante de la región; en Aguada se cuenta con el centro Hermana Gertrudis, entidad contratada por SOLSALUD que cuenta con 12 empleados en el área médica y personal administrativo; en Moniquirá está el Hospital Regional de Moniquirá el cual es una entidad de orden privado que presta atención a algunas E.P.S y servicios de medicina general; finalmente, Puente Nacional ofrece servicios de salud a través del Hospital Integrado San Antonio que cuenta con 16 profesionales del área médica para prestar atención a la comunidad.

En cuanto al sector educativo, en la Hoya del Río Suárez, según los planes de desarrollo municipales, el ratio de número de alumnos por cada profesor es de aproximadamente 24 estudiantes. Cada municipio cuenta con instituciones o centros educativos de carácter público y privado que suplen las necesidades de formación básica primaria y secundaria. No obstante, se pueden observar deficiencias en la infraestructura educativa ante la falta de instalaciones modernas, dotadas con laboratorios, aulas informáticas y bibliotecas para facilitar el aprendizaje.

Tabla 30 Información sector educativo principales Municipios

MUNICIPIO	INSTITUCIONES/CENTROS EDUCATIVOS	NÚMERO ALUMNOS	NÚMERO DOCENTES
AGUADA	9	345	14
BARBOSA	28	6630	213
CHARALÁ	41	3197	Nd
FLORIÁN	3	1496	45
GUAVATÁ	19	950	52
LA BELLEZA	28	1611	Nd
MONIQUIRÁ	21	5027	228
PUENTE NACIONAL	7	4288	199
SAN BENITO	15	695	42
VÉLEZ	8	5282	224

Fuente: Elaboración equipo técnico ADEL, Datos Planes de Desarrollo Municipal.

4.1.5 Educación Superior

Con respecto a la infraestructura educativa superior, en la región se evidencian deficiencias en este sentido, puesto que hay poca presencia institucional de universidades y centros de formación técnica y tecnológica. A excepción de la sede de la Universidad Industrial de Santander en Barbosa, la cual opera desde el año 2002 para los cursos introductorios en ciencias básicas e ingenierías; la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD y otros oferentes como UNISANGIL, Universidad del Tolima, ESAP e ISER, en los 15 municipios de la región no se encuentran oferentes de formación superior.

Por esta razón, se evidencia alta migración de los estudiantes bachilleres a ciudades como Bogotá, Bucaramanga y Tunja, las cuales ofrecen una amplia oferta profesional y oportunidades de empleo. No obstante, se debe resaltar la gestión del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, que está presente en la mayor parte de los municipios y de los Centros Regionales de Educación Superior CERES, en los municipios de Vélez y Charalá. Igualmente CECOVE, SAT e ICC, ofrecen educación no formal para complementar las necesidades de formación técnica en la región. En Florián, el Colegio Integrado Ezequiel Florián – CIEF - otorga el título de “Técnico en liderazgo socio ambiental” y CAP del SENA – en armados de estructuras de guadua, con proyección al grado 12 para otorgar el título de tecnólogo.

Respecto a la oferta educativa ofrecida por el SENA, se cuenta con el Centro de Gestión Agroempresarial del Oriente con sede principal en el municipio de Vélez, el cual permite desarrollar competencias laborales para la inserción en el mercado laboral de las personas en edad para trabajar de la región, basándose en la articulación con otras entidades locales y regionales, a fin de ofrecer unos programas acordes a las necesidades del sector productivo y a la dinámica económica regional.

Así, la oferta educativa ofrecida por el Sena, en cada municipio es la siguiente:

Tabla 31 Oferta Educativa SENA Regional Vélez

MUNICIPIO	NIVEL	NOMBRE DEL PROGRAMA
LA BELLEZA	TECNOLOGO	GESTION DE EMPRESAS AGROPECUARIAS
CHIPATA	TECNICO	SISTEMAS
BARBOSA	TECNOLOGO	ANIMACION 3D
VELEZ/BARBOSA	TECNOLOGO	TECNICAS DE DESARROLLO GRAFICO DE PROYECTOS DE COSTRUCCION
VELEZ	TECNICO	ASISTENCIA ADMINISTRATIVA
VELEZ/BARBOSA	TECNOLOGO	PROCESAMIENTO DE ALIMENTOS
VELEZ/BARBOSA	TECNOLOGO	GESTION DE EMPRESAS AGROPECUARIAS
VELEZ	TECNICO	RECURSOS HUMANOS
VELEZ/BARBOSA	ESP. TGICA	CALIDAD DE AGUAS
VELEZ	TECNOLOGO	REGENCIA DE FARMACIA
PUENTE NACIONAL	TECNICO	CULTIVOS AGRICOLAS
VELEZ	TECNOLOGO	ENTRENAMIENTO DEPORTIVO
VELEZ	TECNOLOGO	CONSTRUCCION

Fuente: Centro de Gestión Agroempresarial.

En cuanto a los programas de los Centros Regionales de Educación superior-CERES, este modelo permite desconcentra la oferta educativa y ampliar la cobertura a lugares más retirados de las cabeceras municipales, en la región existe el CERES Charalá, que cuenta con el apoyo universitario de la UDI y el CERES Vélez, que opera en la sede de la Universidad abierta y a distancia UNAD. En cada regional se ofertan programas que responden a la vocación productiva de la región, así en Charalá se otorgan títulos como, tecnólogo en sistemas, electrónica y telecomunicaciones, hotelería y turismo, contable y tributaria, regencia de farmacia y gestión empresarial⁹⁵. En Vélez, se ofrecen programas

⁹⁵ CERES. Oferta educativa. [en línea]. [consultado 25 de oct. 2011]. Disponible en: < <http://ceres-charala.metroblog.com/labels/charala> >

más profesionales como Licenciatura en Filosofía, Licenciatura en Etnoeducación, Administración de Empresas, Ingeniería Agroforestal, Ingeniería de Sistemas, Ingeniería Agroforestal, Comunicación Social, tecnología en Gestión Agropecuaria, Gestión Industrial, Gestión Comercial y de Negocios y Regencia de Farmacia⁹⁶.

En estos centros no sólo se capacitan jóvenes de Santander sino que se además, se evidencia un porcentaje significativo de jóvenes rurales que provienen de Boyacá y zonas aledañas, en la búsqueda de mejorar sus competencias e incursionar en la formación tecnológica profesional para ampliar sus opciones de inserción laboral, teniendo en cuenta las exigencias del mercado.

En cuanto a la formación postuniversitaria, las personas con especialización, maestría y doctorado son medianamente bajos comparados con otras Provincias del Departamento. En efecto, para la Provincia de Vélez, donde se concentra la mayor parte de los municipios de la Hoya del Río Suárez, a partir de la información obtenida en el Censo DANE 2005, se encuentra que la región sólo representa el 4% del total de profesionales con posgrado del Departamento de Santander, aportando el 4% en profesionales con especialización, el 2% con profesionales magíster y el 7% de profesionales con doctorado. Aunque se resalta la participación femenina en la realización de estudios de especialización y maestría, la diferencia con los hombres con doctorado es de 7 puntos porcentuales por debajo.

⁹⁶ Ibid.,p.3

Tabla 32 Número de profesionales con posgrado por ramas en Santander- 2005

PROVINCIA	ESPECIALIZACION		MAESTRIA		DOCTORADO	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
SOTO	6882	7761	1379	1486	276	308
MARES	1226	1172	267	119	44	15
VELEZ	316	487	31	57	44	15
GUANENTINA	478	875	15	54	30	17
COMUNERA	248	506	23	29	14	10
GARCIA ROVIRA	187	322	28	45	7	8

Fuente: DANE censo 2005. Elaborado por Fundación Mujer y Futuro

4.1.6 Eficiencia Mercado De Bienes

La dinámica económica de la Hoya del Río Suárez, se centra en la producción agropecuaria y a un incipiente desarrollo agroindustrial. Las cadenas productivas más importantes y sobre las cuales se soportan los ingresos y el empleo, son la panela y la guayaba, está última como insumo principal para la fabricación de bocadillos.

- **Guayaba/bocadillo**

Colombia es el mayor productor de guayaba en el mundo, y el departamento de Santander el que más aporta en la producción a nivel nacional con un 33%, seguido de Tolima y Boyacá con un 18% y 14%, respectivamente⁹⁷. Los principales municipios productores de guayaba en Santander son Vélez, Guavatá, Jesús María, Barbosa, Puente Nacional y Monquirá; estos concentran 9.500 ha cultivadas y la producción estimada es de 87.657 Ton/año, que sustentan a 3200 pequeños productores y generan 12.800 empleos de los cuales un 90% son de carácter familiar. Además, la región aporta el 82% de la producción nacional, de las cuales un 24% es utilizado en la elaboración del bocadillo y el 76% es utilizado en la agroindustria de conservas, pulpas, jugos y fruto fresco⁹⁸.

Respecto a la producción de bocadillo, se calcula que en las Provincias de Vélez y Ricaurte se producen alrededor de 24.300 Ton/ año, donde el 60% se elabora en

⁹⁷ MESA GESTORA "CADENA PRODUCTIVA REGIONAL DE GUAYABA Y SU INDUSTRIA, BOYACÁ Y SANTANDER". Acuerdo Regional de Competitividad. [en línea] [consultado 26 Oct.2011]. Disponible en: <http://www.cadenahortofruticola.org/admin/poli/124acuerdo_competitividad_cadena_guayaba_santander_boyaca.pdf>

⁹⁸ ADEL Vélez. [en línea] [consultado 26 Oct.2011] Disponible en< <http://www.adelvezel.org/>>

Vélez, el 22% en Barbosa y el 18% en Moniquirá y Guavatá; además existen 131 fábricas de bocadillo que generan 3.000 empleos directos y 4.000 indirectos, donde el 70% corresponde a mano de obra femenina⁹⁹.

No obstante, en 32 años, la disminución en el número de fábricas dedicadas a esta labor fue drástica al pasar de 360 empresas a 131. Las razones por las cuales se ha presentado este fenómeno es porque los árboles silvestres están produciendo menos de 10.000 toneladas de guayaba al año frente a las 12.000 requeridas para la fabricación del bocadillo, por ello los fabricantes deben importar la fruta de otras zonas del país y de Venezuela o Ecuador. La carencia de guayaba también obedece a la falta de mecanismos para controlar la plaga del picudo, el desinterés de los productores en la siembra de árboles, la incursión en actividades pecuarias, la falta de tecnología y por los altos precios de la fruta¹⁰⁰.

Tabla 33 Evolución del Número de empresas de la concentración

MUNICIPIO	No FABRICAS EN 1970	No FABRICAS EN 2002	DIFERENCIA
BARBOSA	78	20	58
GUAVATA	18	9	9
MONIQUIRA	130	16	114
VELEZ	120	85	35
PUENTE NACIONAL	14	1	13
TOTAL	360	131	229

Fuente: estudio socioeconómico de la guayaba y del bocadillo.CIMPA1996 y taller de activación SIAL, 2002

No obstante, peses a las dificultades de producción, los productores locales siguen considerando importante y “buen negocio”, la fabricación de bocadillo puesto que esta empresa tradicional ha permitido transmitir de generación en generación el conocimiento y técnicas de preparación, así como fortalecer importantes canales de comercialización que conducen a una mayor especialización productiva. Así lo manifiestan los productores de bocadillo locales que han participado en las mesas regionales convocadas por Adel Metropolitana, y en las entrevistas a expertos. Además, la disminución de las fábricas no ha implicado la disminución en la producción total de bocadillo, lo que se evidencia en

⁹⁹ Ibid.,p.4

¹⁰⁰ DIARIO EL TIEMPO. Bogotá D.C. 8 de agosto de 2009. 4 Sec. 18p. [en línea] [consultado 26 Oct.2011] Disponible en <<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-5807047>>

la actual producción de 80 Ton/mes frente a la producción en los años 70 de 40 ton/mes¹⁰¹.

- **Caña panelera**

A nivel nacional, el sector panelero después del café, es la agroindustria rural más importante puesto que genera 353.336 empleos directos en todo el país, además Colombia es el primer consumidor per cápita de este producto a nivel mundial con 38,6 kilos y su consumo alcanza hasta el 9% del gasto en alimentos en sectores de bajos ingresos¹⁰².

La dinámica de este sector en la región de la Hoya del Río Suárez, según el Plan de Desarrollo Departamental de Santander 2008-2011, constituye un renglón de importancia dentro de la economía nacional, puesto que Santander es el primer productor de caña panelera (45% producción nacional) y abastece los mercados de Bogotá, Bucaramanga, Costa Atlántica, Cúcuta, Villavicencio y Medellín, predominando la explotación de tamaño mediano, entre 20 y 50 hectáreas, mientras que la capacidad productiva de los trapiches ronda entre los 100 y 300 kilos por hora¹⁰³.

Así mismo, el impacto en el empleo local de esta cadena es importante puesto que genera más de 30.000 empleos, cada unidad productiva ocupa anualmente en promedio 48.303 horas/ trabajador y representa el 60,5% de generación de ingresos. No obstante, frente a otras regiones, la Hoya del Río Suárez emplea el menor porcentaje de mano de obra familiar, mientras que en Cauca se emplean en promedio 6 o 7 personas por cultivo, es decir el 66,7% de los miembros de la familia, y en Cundinamarca el 60%; en la Hoya del Río Suárez sólo se ocupa entre el 20 y 40%¹⁰⁴.

¹⁰¹ CORPOICA. [en línea] Disponible en:

<<http://www.corpoica.org.co/sitioweb/Archivos/Publicaciones/EstudiodelsistemaagroalimentariolocalizadoSIAldeLaconcentracindelfbricasdebocadillodeguayabaenlasprovinciasdeVlezyRicaurteencolombia.pdf>>. p17.

¹⁰² MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. El sector panelero colombiano. [en línea] Disponible en:

<<http://www.minagricultura.gov.co/archivos/Sector%20Panelero%20Colombiano.pdf>>.

¹⁰³ CORPORACIÓN COLOMBIA INTERNACIONAL. Producción de la Hoya del Río Suárez. [en línea] [Consultado 26 Oct.

2011] Disponible en: <http://www.cci.org.co/publicaciones/1_Sep-05-08%20Hoya%20rio%20Suarez.pdf>

¹⁰⁴ RODRÍGUEZ, Gonzalo, GARCÍA, Hugo y ROA. Producción de panela como estrategia de diversificación en la generación de ingresos en áreas rurales de América Latina. FAO, 2004. [en línea]. [consultado Octubre 26, 2011]. Disponible en:

<https://www.bmi.gob.sv/pls/portal/docs/PAGE/BMI_HTMLS/BMI_PULSO_AGRO_IMG/PRODUCCION%20DE%20PANELA%20%28FAO%29.PDF>

Tabla 34 Índices productivos caña panelera Hoya del Río Suárez

PARAMETRO	CUNDINAMARCA	HOYA DEL RIO SUAREZ	CAUCA
PERIODO DE COSECHA (MESES)	12	17	15
RENDIMIENTO CAÑA (KG/HA)	69750	127892	70000
BRIX CAÑA	19,2	18,3	19
EXTRACCION DE JUGO (%)	54,2	60,4	46
CONVERSION DE CAÑA A PANELA (%)	10,9	11,6	8
RENDIMIENTO PANELA (%)	7600	14800	5600
PRODUCTIVIDAD DE LA TIERRA (KG PANELA/HA/MES)	633	871	373
PRODUCTIVIDAD DEL TRABAJO (KG PANELA/HORA- TRABAJADOR)	5,4	5,5	3,2

Fuente: FAO. Estudio Producción de panela como estrategia para la diversificación en la generación de ingresos en áreas rurales de América Latina.

Por otra parte, en términos de competitividad, cabe resaltar que la Hoya del Río Suárez sobresale por tener el mayor rendimiento de caña por unidad de superficie cosechada, con valores medios cercanos a 130 ton/ha; así como la extracción de jugo en los molinos donde se han adoptado con mayor intensidad las recomendaciones de ajuste adecuado de las masas y donde en algunas ocasiones se cuenta con dos molinos en serie o con molinos de cinco masas. Los rendimientos en panela por unidad de superficie, resultado de los rendimientos del cultivo caña y del rendimiento industrial (conversión de caña a panela) presentan los mayores valores en la Hoya del Río Suárez, comparado con Cauca y Cundinamarca, dado el mayor desarrollo tecnológico tanto en cultivo como en proceso, producto de los procesos de investigación y transferencia de CIMPA en la región, durante los últimos 15 años¹⁰⁵.

Además, conviene mencionar que a partir de la información obtenida en las mesas regionales y entrevistas a productores locales, se evidencia la necesidad de mitigar el impacto al medio ambiente, consolidar los procesos asociativos para la venta y distribución de la panela, erradicar el uso de blanqueadores y colorantes no permitidos y respaldar el producto con una marca. Superando estos problemas se puede aprovechar de una mejor manera el potencial de este sector, para la transformación de la caña en otros productos como la miel, industria cosmética o para la nutrición animal.

¹⁰⁵ Ibíd.,p.12

Cabe señalar que la producción de caña en los últimos 5 años, se duplicó al pasar de 25.000 ha en el 2006 a 46.000 ha en 2010¹⁰⁶ (Adel Vélez), dicho cambio obedeció a la expectativa generada por el proyecto de Planta de Alcohol Carburante que promocionó el gobierno del presidente Álvaro Uribe en 2004, el cual prometía beneficiar a 12 municipios de la región, comprometiendo la generación de 47.000 a 111.000 empleos directos, con una inversión estimada en US\$70 millones, así como mejoras en las vías y desarrollo de infraestructura para disminuir los costos de transporte de la caña¹⁰⁷.

Sin embargo, dicho proyecto hasta la fecha no se ha llevado a cabo y por el contrario la región sufrió una crisis de sobreproducción, “el proyecto no ha pasado de la primera piedra, la placa no está y el lote está abandonado sin más que una valla en blanco... dijeron que por muy tarde, en seis meses estaba funcionando”, la ilusión del proyecto disparó los cultivos y con ello los precios de la caña y la panela cayeron, ocasionando competencia desleal porque la caña que se iba a producir para alcohol, ahora se utiliza para la producción de panela¹⁰⁸.

- **Turismo rural**

Es una modalidad de turismo que se práctica en áreas rurales, generalmente con menos de 2.000 habitantes y que se puede definir como aquella actividad que se basa en el desarrollo, aprovechamiento y disfrute de nuevos productos presentes en el mercado e íntimamente relacionados con el medio rural¹⁰⁹. Dicha actividad tiene un importante potencial de desarrollo en la Hoya del Río Suárez, dado su carácter y vocación agropecuario y por el desarrollo cultural y forma de vida que gira en torno a la cotidianidad campesina.

En efecto, recientemente en la región y en el Bajo Ricaurte se han identificado iniciativas para propagar la práctica de diversos tipos de turismo como el agroturismo, ecoturismo y turismo cultural, las cuales integran las modalidades de turismo a fortalecer en el Plan Regional de Turismo 2020 “Corazón dulce y folclórico de Colombia”, proyecto adelantado por la Adel Vélez y la firma italiana

¹⁰⁶ ADEL Vélez. Propuesta de solución integral a la cadena de la caña panelera. Diciembre 2008. p.2.

¹⁰⁷ BUSTOS URIBE, Miguel Ángel. Alcohol Carburante: Impacto socioeconómico en la región de la Hoya del Río Suárez. EN: Observatorio de la Economía Latinoamericana, número 57. [en línea]. [consultado 26 oct. 2011]. Disponible en: <www.eumed.net/cursecon/ecolat/la/>

¹⁰⁸ NOTICIAS UNO. Que tal esto. [en línea] [21 de septiembre de 2008]. [consultado 26 Oct.2011]. Disponible en: <<http://www.noticiasuno.com/que-tal-esto/qte-primera-piedra.html>>

¹⁰⁹ GARCÍA CUESTA, J. L. El Turismo Rural como factor diversificador de rentas en la tradicional economía agraria. Estudios Turísticos, Madrid, núm.122, 1996. pp. 45-59.

CISP, con el apoyo de las gobernaciones de Boyacá y Santander, alcaldías locales, la Universidad Santo Tomás y la Universidad Industrial de Santander.

Dicho Plan busca contribuir en el desarrollo local y regional a través del desarrollo turístico responsable, sostenible, comunitario y competitivo, promoviendo la gestión pública y social, la implementación de una estrategia de marketing territorial, el fortalecimiento del tejido empresarial e institucional y de la oferta turística y la gestión institucional y comunitaria, para el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales de la región. Para ello, el Plan sugiere 6 rutas de promoción turística: “Ruta Feliz”, “Del Cacao”, “Del Agua”, “Del bocadillo y el folclor”, “de la Fe” y “De la panela”¹¹⁰.

Cada ruta trazada pretende potenciar los atributos naturales, culturales y económicos del territorio, por ejemplo, la “Ruta del bocadillo y el folclor” que tiene como epicentro el municipio de Vélez, involucra al turista con la historia, cultura, música, danzas andinas y la visita a fábricas de bocadillo. Además, permite que el turista valore la riqueza histórica y arquitectónica de las raíces santandereanas, con actividades de senderismo, espeleología, rapel, torrentismo y kayaking en el río Suárez; hospedaje en posadas campesinas y disfrute del paisaje natural y cultural de los municipios que la conforman (Puente Nacional, Jesús María, Barbosa, Moniquirá y Bolívar).

Por su parte, “La Ruta Feliz” es un recorrido que va desde Bogotá hasta Bucaramanga y abarca los municipios de Togui, Suaita, Puente Nacional, Barbosa, Güepsa, Chitaraque, Santana y San José de Pare. Para la promoción de dicha ruta, varios operadores turísticos se han asociado en la empresa turística PROMOVAMOS, la cual cuenta con 28 asociados y soporta la planta turística de la ruta (hoteles, restaurantes, fincas de descanso, fábricas de bocadillo, fincas agroindustriales y paradores turísticos).

¹¹⁰ ADEL VÉLEZ. PLAN REGIONAL DE TURISMO DE LA PROVINCIA DE VÉLEZ - SANTANDER Y LA ZONA DEL BAJO RICAURTE – BOYACÁ Corazón Dulce y Folclórico de Colombia. Vélez - Santander, Noviembre de 2010.

Ilustración 4 Ruta Feliz



Fuente: Elaboración Equipo Técnico ADEL Vélez

En cuanto a la “Ruta de la Fe”, esta se realiza en los municipios de Chipatá, Vélez, Guavatá y Sucre, y tiene como referente principal el santuario al Santo Cristo en Guavatá, iglesias y otros monumentos religiosos de la región. Otra ruta “Del Agua”, es liderada por diversos grupos ambientalistas y sociales, tales como AMOAGATAES, Red de reservas naturales de la sociedad civil de Vélez-RENAPROVEL, RAMORAVEL y COOPUNIÓN. En esta ruta, el turista puede disfrutar de la riqueza hídrica de la región representada en los ríos, cascadas, cavernas, bosques y áreas protegidas de los municipios de Chipatá, La Paz, Jesús María, Florián, Sucre, Bolívar, El Peñón y La Belleza.

Por último, la “Ruta de la Panela”, que consiste en un circuito que parte desde la zona urbana de Vélez hasta las zonas rurales de Chipatá, Güepsa y Suaita; y muestra al turista el proceso productivo de la caña de azúcar y la transformación de la misma en panela, como segundo producto que proyecta a esta región, después del bocadillo, como región dulce de Colombia.

- **Ganadería**

Aunque la región no es muy conocida por su actividad pecuaria, en gran parte de los municipios de la Hoya del Río Suárez, la ganadería constituye una actividad complementaria muy importante para la sostenibilidad de las familias campesinas y la seguridad alimentaria. Observando la dinámica departamental, el sector ganadero en Santander es representativo, con una población de de 1.365.807 cabezas dedicadas a explotaciones de cría (33.4%); doble propósito (47.3%) y

ceba (19.2%), ubicadas en las seis provincias santandereanas; donde la región de la Hoya del Río Suárez, participa con 239.846 cabezas¹¹¹.

Así mismo, la región de la Hoya del Río Suárez se proyecta como una zona de medianos productores donde predomina el minifundio, orientando el sistema productivo al doble propósito como una alternativa de mejoramiento de ingresos para los campesinos locales por la comercialización de la leche y algunos de sus derivados, sin embargo dichos ingresos no suelen ser muy significativos dados los altos costos de administración y explotación¹¹².

En cuanto a la comercialización, la subasta de ganados en las plazas de Vélez y Puente Nacional, se hacen con ganados gordos, cría y levante, procedentes de la región Comunera, Guanentina, Boyacá y locales. En este sentido, la vía Panamericana que conecta a la Costa colombiana con el departamento de Santander y con Venezuela, ha intensificado la movilización ganadera pero también ha incrementado los riesgos sanitarios derivados del flujo de animales.

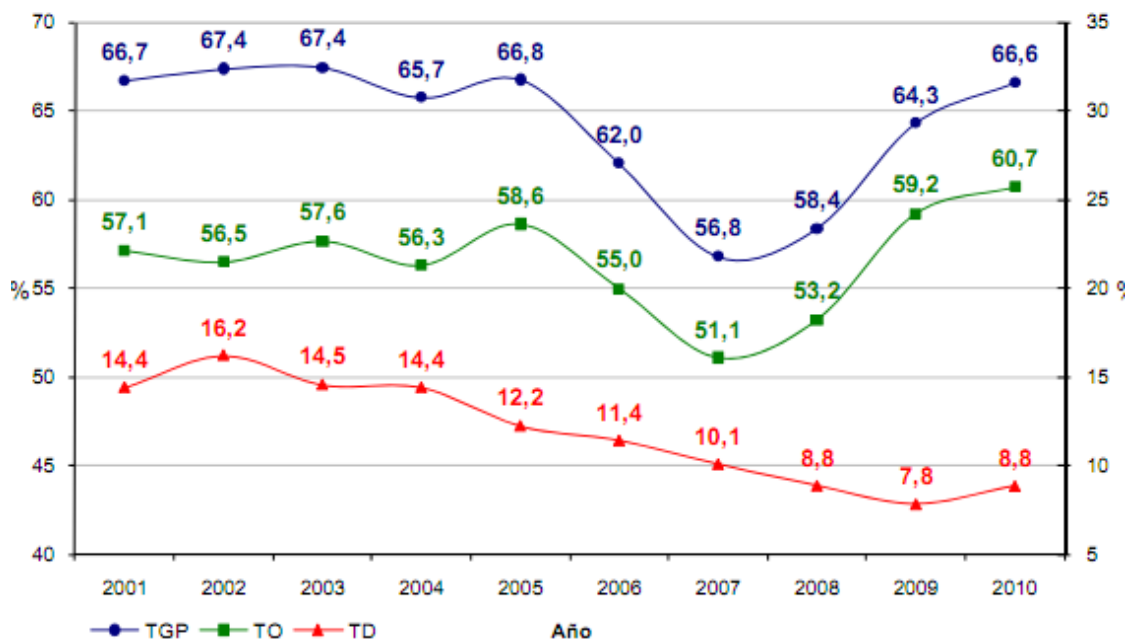
4.1.7 Eficiencia Mercado Laboral

Según boletín informativo del mercado laboral nacional elaborado por el DANE para el año 2010, se observa que el departamento de Santander ha tenido un buen desempeño en la tasa de desempleo siendo una de las más bajas del país pero contrasta con la proporción significativa de personas que derivan su sustento de actividades informales o donde el trabajador no se siente satisfecho con las condiciones laborales, puesto que la tasa de empleo subjetivo alcanza el 32,2% para 2010, es decir 7,6 puntos porcentuales superior a 2008 y 1,6 puntos superior a 2009. Dicha tasa también es superior a los registros de los departamentos de Bolívar, Magdalena, Chocó, Boyacá, Norte de Santander, Antioquia y Meta.

¹¹¹ ACEVEDO SERRANO, Fernando. Ganadería Bovina Departamento Santander. Universidad de Santander.2010.

¹¹²Ibid.,p.17

Grafica 10 Evolución Mercado Laboral Santander 2001-2010



Fuente: Boletín Mercado Laboral DANE 2010

Frente a la Tasa de Informalidad, a partir de datos disponibles para las Áreas Metropolitanas, en el caso del AMB esta presenta un 63% de informalidad de las personas que están económicamente activas, indicador superior al promedio nacional y que ha mantenido este comportamiento en los últimos años¹¹³. Dicho indicador evidencia debilidad de generación de empleos de calidad en el departamento, pese al aumento en las tasas de ocupación y global de participación, y disminución en las tasas de desempleo.

De acuerdo al plan subregional de turismo, las condiciones de empleo e ingresos en región de la Hoya del Río Suárez dependen de las actividades productivas, en particular de la producción de caña de azúcar y fabricación de bocadillo. Así, a 2008, la producción de caña panelera generaba 12.800 empleos directos y había 2.962 productores; el bocadillo por su parte, generaba 1.500 empleos directos y 3.500 empleos indirectos¹¹⁴.

¹¹³ UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. Grupo de Investigación sobre Desarrollo Regional y Ordenamiento Territorial – GIDROT. Panorama Santander 2011. Bases para la construcción de gobernabilidad y desarrollo en el Departamento. 2011.p .68.

¹¹⁴ ADEL VÉLEZ; CISP. Plan subregional de turismo de la Provincia de Vélez y Zona del Bajo Ricaurte. 2008. P.66.

Respecto a la garantía de derechos laborales y condiciones de trabajo con calidad, en la región se evidencian deficiencias en ambos sentidos. En el caso de las organizaciones sindicales sólo se encuentran presentes el Comité de Educadores de Santander COESA, el cual se creó para dar respuesta a las necesidades de mejoras contractuales y laborales de la actividad docente, cuyo miembro fundador se encuentra en el municipio de Puente Nacional, el señor Edgar Jaimes¹¹⁵. Además, los municipios de Vélez y Barbosa hacen parte de las seccionales de SINALSERPUB (Sindicato nacional de servidores públicos), entidad adscrita a la Central Unitaria de Trabajadores- CUT y que está integrada por 100 trabajadores; también en Barbosa se encuentra una de las seccionales de la Unión Nacional de Empleados Bancarios (UNEB)¹¹⁶.

Lo anterior es poco significativo frente a la organización sindical departamental, en efecto, según Censo Sindical a diciembre de 2010 realizado por la Escuela Nacional Sindical, Santander cuenta con 120 sindicatos y 26.532 afiliados, los cuales representan el 4,09% y el 3,27% del total nacional respectivamente¹¹⁷. De esta forma se demuestra que la región requiere mayor fortalecimiento de sus organizaciones civiles y sociales y que es necesario garantizar la libertad de opinión y liderazgo comunitarios, dadas las amenazas que han sufrido diversos dirigentes sindicales y civiles, lo que pone en tela de juicio la capacidad de instituir elementos para la defensa de los derechos de los trabajadores¹¹⁸.

4.1.8 Sofisticación Mercado Financiero

El departamento de Santander evidencia un balance positivo en términos de bancarización, en efecto el porcentaje de personas con cuenta de ahorro y número de sucursales bancarias por cada 10.000 adultos muestran valores superiores al promedio nacional. Aunque se debe mejorar en la disposición de datafonos puesto que la dinámica de transacciones comerciales del Departamento, no concuerda con el número de dispositivos instalados que están por debajo del promedio nacional, así como el número de agentes bancarios. También es importante señalar el bajo porcentaje de personas con tarjeta de crédito que en

¹¹⁵ COMITÉ DE EDUCADORES DE SANTANDER. [en línea]. [consultado 31 oct. 2011]. Disponible en <<http://coesa1278.jimdo.com/quienes-somos/>>

¹¹⁶ [en línea]. [consultado 31 oct. 2011]. Disponible en <<http://www.sinalserpub.org/index.shtml>>

¹¹⁷ [en línea]. [consultado 9 nov. 2011]. Disponible en: <http://www.ens.org.co/apc-aa-files/40785cb6c10f663e3ec6ea7ea03aaa15/07_SISLAB_DIC_2010.pdf>

¹¹⁸ [en línea]. [consultado 31 oct. 2011]. Disponible en <<http://www.colectivodeabogados.org/Cinco-sindicalistas-asesinados-en>>

contraste con personas con cuenta de ahorro puede explicarse por la cultura y carácter del santandereano de no comprometer sus finanzas personales y ser aversivo a las deudas y riesgos bancarios.

Tabla 35 Análisis comparativo inclusión financiera Santander vs Promedio Nacional

ÁREA	% PERSONAS CUENTA DE AHORRO	% PERSONAS CUENTA CORRIENTE	% PERSONAS TARJETA DE CRÉDITO	NÚMERO SUCURSALES BANCARIAS POR CADA 10.000 ADULTOS	NÚMERO DE AGENTES POR CADA 10.000 ADULTOS	NÚMERO DE DISPOSITIVOS INSTALADOS POR CADA 10.000 ADULTOS
SANTANDER	61,8	4,3	9,5	1,76	3,62	49,7
NACIONAL	59,3	4,7	17,8	1,61	4,17	51,6

Fuente: Elaboración Equipo Técnico ADEL Metropolitana a partir de información ASOBANCARIA a junio de 2011.

Tabla 36 Número de productos financieros a nivel municipal

MUNICIPIO	CUENTAS DE AHORRO		CUENTA CORRIENTE		TARJETAS DE CREDITO		CONSUMO		VIVIENDA		MICROCREDITO	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
MONQUIRA	9902	7061	329	211	140	111	137	181	11	8	3553	4634
BARBOSA	16088	16821	1065	1105	1254	1503	3122	2927	115	131	1458	1599
CHARALA	4043	2666	683	406	232	311	320	409	20	13	167	97
CHIPATA	98	425	1	2			1	10			46	307
FLORIAN	2280	2372	40	35	21	23	27	22	13	10	453	512
GUAVATA	2058	2078	32	30	25	25	28	20	2	2	567	606
JESUS MARIA	2222	2250	51	48	34	40	61	42	1	1	754	816
LA BELLEZA	2494	2682	81	70	42	37	22	25	2	2	522	608
LA PAZ	1574	2060	53	50	40	40	9	5	1	1	466	517
PUENTE NACIONAL	3369	3519	300	304	15	94	491	507	1	1	35	35
SUCRE	1907	2587	28	27	26	25	11	14	1	1	597	610
VELEZ	19797	20585	919	929	520	950	1295	1455	44	57	1104	1143

Fuente: ASOBANCARIA, reporte anual del número de productos financieros a nivel municipal 2011

Los datos de la tabla anterior, muestran que el sistema financiero de la región no es muy sofisticado, aunque se destaca el buen desempeño de los municipios de Vélez, Barbosa, Moniquirá, Charalá y Puente Nacional, en donde se presentan los mayores registros de personas por producto financiero. En cambio, el municipio de Chipatá, es el único de la región en donde no se encuentran registros de personas con tarjeta de crédito y acceso a crédito de vivienda.

En cuanto a las entidades Bancarias que hacen presencia en esta región, se mencionan al Grupo Bancolombia, Grupo Aval y Banco Agrario, quienes mediante los PAC o Corresponsales No Bancarios, algunas sucursales y cajeros automáticos, cubren la demanda de servicios financieros en las cabeceras municipales de Barbosa, Vélez, Puente Nacional y Moniquirá.

4.1.9 Preparación Tecnológica

Según la información publicada por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, en el Informe Trimestral de Conectividad para el segundo semestre de 2011, la razón personas con internet/población, o lo que es lo mismo, el índice de penetración, es aún muy bajo en la mayoría de los municipios que conforman La Hoya del Río Suárez¹¹⁹.

Para el análisis, debe tenerse en cuenta que el ministerio presenta cifras discriminando entre internet dedicado e internet conmutado. El primero, también conocido como enlace dedicado, es una conexión directa, que se hace generalmente desde una empresa, hasta la central o hasta un backbone de internet, es decir, hasta las principales conexiones troncales de internet del lugar. Es una conexión mucho más estable y de mayor calidad (en tiempos de velocidad, confiabilidad y simetría), por lo que su costo suele ser mayor y los contratos, por lo general, están sujetos a un número mínimo de equipos conectados. Si bien, por lo general este tipo de internet es contratado por empresas, también puede ser de uso residencial.

El otro tipo de conexión a internet, es la conexión por línea conmutada. Se trata de una forma más económica de acceder a Internet, en la que el cliente utiliza un módem para llamar a través de la Red telefónica Conmutada (RTC) al servidor de acceso y el protocolo TCP/IP para establecer un enlace módem-a-módem, que

¹¹⁹MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES. Informe trimestral de conectividad 2011. [en línea]. [consultado 28 Oct. 2011] Disponible en: < <http://www.mintic.gov.co/index.php/cifras>>

permite enrutar a Internet. La desventaja de este tipo de conexión es que es lenta comparada con las conexiones de tipo DSL, también llamada internet flash. Esta conexión es factible en la mayor parte del planeta, ya que la RTC está globalmente extendida, es útil para la gente que viaja con su computador portátil o celulares con conexión Wifi; también es asequible para personas que viven en zonas rurales o en áreas muy remotas donde las conexiones de banda ancha son imposibles por falta de infraestructura (la baja demanda de este tipo de servicios en estos lugares hace que su instalación sea poco rentable y que no se halle entre las prioridades de las empresas de telecomunicaciones)¹²⁰.

La tabla a continuación presenta el número de suscriptores a Internet dedicado y el índice de penetración calculado como la razón de personas con internet/población.

¹²⁰ Conexión por línea conmutada. [en línea]. [consultado 18 sep. 2011]. Disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Conexi%C3%B3n_por_l%C3%A9nea_conmutada>

Tabla 37 Número de suscriptores Internet Dedicado e índice de penetración 2011

DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	No. SUSCRIPTORES			DANE		ÍNDICES DE PENETRACIÓN %		
		2T - 2010	1T - 2011	2T - 2011	POBLACIÓN 2010	POBLACIÓN 2011	2T - 2010	1T - 2011	2T - 2011
BOYACA	MONQUIRA	245	226	242	21,669	21,621	1.13%	1.05%	1.12%
SANTANDER	AGUADA	3	2	2	1,984	1,948	0.15%	0.10%	0.10%
SANTANDER	BARBOSA	442	458	437	27,372	27,626	1.61%	1.66%	1.58%
SANTANDER	CHARALA	11	6	5	10,964	10,876	0.10%	0.06%	0.05%
SANTANDER	CHIPATA	2	2	1	5,125	5,118	0.04%	0.04%	0.02%
SANTANDER	FLORIAN	8	7	16	6,341	6,333	0.13%	0.11%	0.25%
SANTANDER	GUAVATA	4	2	1	4,012	3,944	0.10%	0.05%	0.03%
SANTANDER	GÜEPSA	1	1	3	4,039	4,002	0.02%	0.02%	0.07%
SANTANDER	JESUS MARIA	1	1	0	3,292	3,265	0.03%	0.03%	0.00%
SANTANDER	LA BELLEZA	3	2	2	8,543	8,555	0.04%	0.02%	0.02%
SANTANDER	LA PAZ	3	2	7	5,376	5,328	0.06%	0.04%	0.13%
SANTANDER	PUENTE NACIONAL	72	106	104	13,451	13,255	0.54%	0.80%	0.78%
SANTANDER	SAN BENITO	3	2	7	3,948	3,952	0.08%	0.05%	0.18%
SANTANDER	SUCRE	36	6	34	8,795	8,715	0.41%	0.07%	0.39%
SANTANDER	VELEZ	223	258	270	19,393	19,324	1.15%	1.34%	1.40%

Fuente: Informe trimestral de conectividad 2011

En general, se observa que la Hoya del Río Suárez, presenta aún bajos índices de penetración en este tipo de conexión, puesto que éste oscila entre el 0,00%, correspondiente al municipio de Jesús María en donde sólo hay un suscriptor a este tipo de conexión, y el 1,58% en Barbosa, en donde se presenta el mayor número de suscriptores respecto al total de la población (437/27.626).

Además, pese al buen comportamiento de los municipios de Moniquirá, Barbosa y Vélez, quienes ostentan los mayores índices de penetración de esta región, 1,12%, 1,58% y 1,40% respectivamente; aún se presenta una enorme brecha digital entre la población puesto que el número de suscriptores en cada municipio no alcanza siquiera el 10% de la población total. También preocupan los bajos índices de los municipios de Jesús María, La Belleza, Chipatá, Guavatá y Charalá, que oscilan entre el 0,00% y el 0,05%, lo que indica que en estas localidades, el número de suscriptores a internet dedicado no llega siquiera a 10 personas.

En cuanto a los segmentos de mercado con conexión a internet en la Hoya del Río Suárez, el mismo informe indica que la mayor parte de suscriptores pertenecen al sector corporativo, institucional, gubernamental y en menor medida comercial y residencial. De igual forma, los datos evidencian la preferencia por el tipo de Banda Ancha, especialmente en el segmento residencial, si bien el tipo de Banda Angosta también es ampliamente utilizado en todos los segmentos. Finalmente, Barbosa y Moniquirá son los municipios de la región con mayor número de suscriptores a internet dedicado (de banda ancha) en el segmento residencial. Sucre, Charalá y San Benito, también tienen algunos suscriptores residenciales pero son muy pocos, entre 1 y 5 por municipio. El segmento residencial del resto de la Hoya del Río Suarez carece conexión a este tipo de internet.

Con respecto al acceso a internet conmutado, la tabla a continuación presenta el número de suscriptores y el índice de penetración calculado para cada municipio de la región:

Tabla38 Número de suscriptores internet conmutado e índice de penetración 2T- 2011

DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	No. SUSCRIPTORES			DANE		ÍNDICES DE PENETRACIÓN %		
		2T - 2010	1T - 2011	2T - 2011	POBLACIÓN 2010	POBLACIÓN 2011	2T - 2010	1T - 2011	2T - 2011
BOYACA	MONQUIRA	6	7	7	21,669	21,621	0.03%	0.03%	0.03%
SANTANDER	AGUADA	0	0	0	1,984	1,948	0.00%	0.00%	0.00%
SANTANDER	BARBOSA	13	8	7	27,372	27,626	0.05%	0.03%	0.03%
SANTANDER	CHARALA	18	18	18	10,964	10,876	0.16%	0.17%	0.17%
SANTANDER	CHIPATA	0	1	2	5,125	5,118	0.00%	0.02%	0.04%
SANTANDER	FLORIAN	0	0	0	6,341	6,333	0.00%	0.00%	0.00%
SANTANDER	GUAVATA	4	3	3	4,012	3,944	0.10%	0.08%	0.08%
SANTANDER	GÜEPSA	12	9	9	4,039	4,002	0.30%	0.22%	0.22%
SANTANDER	JESUS MARIA	0	2	2	3,292	3,265	0.00%	0.06%	0.06%
SANTANDER	LA BELLEZA	2	4	4	8,543	8,555	0.02%	0.05%	0.05%
SANTANDER	LA PAZ	3	2	5	5,376	5,328	0.06%	0.04%	0.09%
SANTANDER	PUENTE NACIONAL	6	6	7	13,451	13,255	0.04%	0.05%	0.05%
SANTANDER	SAN BENITO	0	0	1	3,948	3,952	0.00%	0.00%	0.03%
SANTANDER	SUCRE	4	2	2	8,795	8,715	0.05%	0.02%	0.02%
SANTANDER	VELEZ	14	7	8	19,393	19,324	0.07%	0.04%	0.04%

Fuente: Informe trimestral de conectividad 2011

Si bien, se espera que éste tipo de conexión ostente mayores índices de penetración, la tabla evidencia que en esta región, el número de suscriptores a internet conmutado es mucho menor que en el tipo de internet dedicado. Así, el índice de penetración en la región va desde el 0,00% en Aguada hasta el 0,17% en Charalá, quien tiene el mayor número de suscriptores de toda la región (17).

Las cifras anteriores comparadas con los resultados departamentales refuerzan la necesidad de mejorar las condiciones de acceso y uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones en la región. En efecto, Santander ocupa el cuarto lugar con mayor número de usuarios de internet, el índice de penetración 2011 se ubica en 8,2% superior al promedio nacional de 6,6%; además, el acceso a internet conmutado (línea telefónica) es cada día menos utilizado ya que apenas el 0,4% de la población utiliza este tipo de tecnología en contraste con el 99,6% de usuarios de acceso dedicado¹²¹.

Lo anterior, permite concluir que el acceso a las nuevas tecnologías de la información es muy bajo y que es necesario mejorar los niveles de cobertura y calidad de servicio para que se extienda a los sectores educativo, comercial y residencial. La región presenta grandes retos en materia de disminución de la brecha digital, en especial para los pequeños productores y comerciantes, quienes en miras de ampliar su rango de mercado y mejorar la competitividad de sus negocios, necesariamente deben involucrarse al mundo de las tecnologías e incursionar en el uso de la gran red para el posicionamiento de sus productos, ante el auge comercial globalizador.

4.1.10 Tamaño Del Mercado

La importancia de la producción de bocadillo y panela en la región han facilitado la comercialización y posicionamiento de estos productos a nivel nacional e internacional, puesto que la venta de estos productos no sólo se hace a escala local y regional, sino que se está iniciando la incursión al mercado europeo, particularmente a Francia con la venta de bocadillo 100% orgánico, Alemania, Holanda, Inglaterra y España. Así mismo, el producto se exporta a mercados en EEUU, Venezuela y América Central, a través de empresas como productos alimenticios Castipan de Medellín y la compañía nacional de levaduras Levapan

¹²¹[en línea] Disponible en:
< <http://www.sintramites.com/temas/documentos%20pdf/competitividad/2011/conectividad2010.pdf> >

S.A; en el año 2001, las exportaciones ascendían a 296.633 Kg y para el 2002 decrecieron en menos del 29%¹²².

A nivel local y regional, la comercialización se realiza de forma directa es decir, el productor o fabricante cuenta con puntos de venta donde ofrece sus productos directamente al consumidor, pasajeros o viajeros que visitan la zona. También se emplea el método de comercio al por mayor (70% de las ventas), donde el comercializador suele llevar el modelo de marca y empaque para que el producto le sea entregado a su gusto o cuando el fabricante vende a través de canales on line o atiende pedidos por teléfono. Un menor porcentaje (10%) de las ventas se hace a través de tiendas, restaurantes, almacenes de cadena, o distribución al detal.

Respecto a los mercados locales hacia los cuales se vende la guayaba y el bocadillo, los más representativos son Bucaramanga, Bogotá, Tunja, intermediarios en Zipaquirá, Chiquinquirá y Ubaté. En épocas de escasez de la fruta se compra guayaba procedente de Venezuela, Tolima, Cundinamarca y Huila. Una situación muy recurrente en la región es la distribución de bocadillo alrededor de las cabeceras municipales de Moniquirá y Barbosa, específicamente en la transversal Panamericana, donde turistas, visitantes y viajeros compran el bocadillo a manera de souvenir. Se calculan alrededor de 50 casetas y vendedores ambulantes que llevan hasta 20 años, desarrollando esta actividad¹²³.

4.1.11 Sofisticación De Las Empresas

En Colombia desde hace más de un siglo se desarrolló la industria artesanal de bocadillo de guayaba, la cual en principio abastecía mercados locales pero paulatinamente y especialmente con el desarrollo de las vías de comunicación y mayor conexión con las grandes ciudades, fue ampliando su rango de comercialización hasta darse a conocer como un alimento tradicional en la dieta colombiana.

Debido al despliegue que ha tenido la industria de la Guayaba y el Bocadillo que la ha llevado a representar productos autóctonos, reconocidos y posicionados a nacional e internacional, alrededor de estas cadenas se han generado y

¹²² MESA GESTORA “CADENA PRODUCTIVA REGIONAL DE GUAYABA Y SU INDUSTRIA, BOYACÁ Y SANTANDER”. Acuerdo Regional de Competitividad. Disponible en [. Consultado 26 de octubre de 2011]. p 23.

¹²³ *Ibíd.*,p.20

fortalecido procesos asociativos en la búsqueda de mejorar sus capacidades de negociación, mejorar las condiciones de calidad y reducir costos.

Así, en la región se cuenta con la asociación de agroindustriales del bocadillo – ASOVELEÑOS- y la empresa GUAJAVA. Las cuales fueron creadas con el propósito de mejorar los procesos de compra, transformación, y comercialización del bocadillo y demás derivados de la guayaba. En la actualidad ASOVELEÑOS cuenta con 50 empresas asociadas y GUAJAVA, reúne a 64 fabricantes de los municipios de Vélez, Barbosa, Moniquirá y Guavatá¹²⁴.

En cuanto a la panela, están presentes en la región la Asociación de Productores Agropecuarios de Santander y Boyacá, FEDAGROSANBOY que reúne a 240 productores de panela, concentrados en los municipios de Chipatá, Güepsa, San Benito, Aguada, Barbosa y Vélez; cuenta con un programa que le permite monitorear la capacidad productiva de caña y panela por finca y planta productora¹²⁵. Con este sistema se garantiza volumen y calidad de producción para responder a los potenciales clientes. Por el lado del turismo se encuentra PROMOVAMOS que es la Asociación de hoteles, paradores y restaurantes de la Subregión.

¹²⁴ BOCATELLO. [en línea]. [consultado 28 OCT. 2011]. Disponible en: <http://www.bocatello.com/nuestraempresa.html>

¹²⁵ [en línea]. [consultado 28 OCT. 2011]. Disponible en: http://www.bidnetwork.org/page/104896?forum_start=n104974#

Tabla 39 Número de asociaciones productivas en la Hoya del Rio Suarez

ASOCIACIONES	NUMERO ASOCIADOS
PANELA, BOCADILLO Y TURISMO	
ASOVELEÑOS	50
GUAJAVA	64
COOGUAYABA	ND
FEDAGROSANBOY	240
ASOPANELA	35
ASOPROFONCE	18
ASOPROPARE	30
ALIANZA PANELERA	62
PROMOVAMOS	ND

Fuente: elaboración equipo técnico ADEL Metropolitana

Vale la pena resaltar, que dentro del gremio de bocadilleros existe una identidad común en términos de sus intereses y problemática, dentro de un ambiente de cooperación-competencia, al compartir valores, comportamientos, saberes, experiencias y algunas veces cosas tangibles como equipos o insumos necesarios para la producción, sin mediar transacción alguna, pero compitiendo simultáneamente por la clientela y el mercado.

Por otra parte, las fábricas de bocadillo al estar concentradas en algunos municipios, pueden disminuir los costos de producción y transacción, presentándose frecuentemente la cooperación para la compra de guayaba, de azúcar y de otros insumos. Ejemplo de ello es la cooperativa COOGUAYABA, a través de la cual los productores de bocadillo compran el azúcar a ingenios del Valle del Cauca y así eliminan costos de intermediación de este insumo, además compran a precios más bajos que los del mercado por la gestión de convenios con los distribuidores y vinculan a cultivadores e industriales de la guayaba con el objeto de fomentar esta agroindustria y contribuir con el mejoramiento socioeconómico de sus asociados¹²⁶.

¹²⁶ CORPOICA CIMPA. La agroindustria del bocadillo en la provincia de Vélez, en el departamento de Santander, Colombia. [en línea]. [consultado 28 OCT. 2011]. Disponible en <<http://gis-syal.agropolis.fr/Syal2002/FR/Atelier%201.2/RANGEL%20MORENO.pdf>>

4.1.12 Innovación

La popularidad de bocadillo veleño ha obligado a los productores a incorporar procesos innovadores y procurar la selección de guayaba de excelente calidad, con adecuados manejos de cultivo y lavado para el procesamiento que incluye la adición de azúcar previamente pesado, la cocción en pailas adecuadas para este fin y el alcance de la concentración más apropiado para el producto final, que permita obtener un bocadillo con las cualidades de saber distintivo que le caracterizan.

Actualmente, los productores locales procuran producir bocadillos de diversos tamaños y presentaciones, a fin de satisfacer las necesidades del mercado. El producto suele presentarse en forma de pequeños bloquecitos con dos bandas delgadas de pasta clara, elaboradas con guayaba blanca, y una banda gruesa central de pasta roja, elaborada con guayaba roja. El bocadillo veleño tradicional es empacado individualmente en hojas de bijao, las cuales conservan el producto y le dan un aroma y un gusto característico.

Los productores de bocadillo han realizado un proceso de estandarización, buscando unificar las características del producto terminado en cuanto a olor, color, sabor, textura, consistencia y durabilidad, por medio de especificaciones técnicas de las materias primas, de la formulación y de las operaciones del proceso. El mejoramiento de esta fórmula, ha permitido mantener dichas propiedades por un mayor tiempo, independientemente del destino de comercialización. Además, han incorporado nuevos equipos, empaques, adaptaciones en los procesos productivos para hacerlos más eficientes.

Por otra parte en la región existe una red de entidades públicas y privadas, del orden municipal, departamental y regional, orientadas hacia el fomento y desarrollo del sector, que constituyen un activo institucional específico del sistema productivo local, pero que generalmente han actuado de forma desarticulada. Un esfuerzo por desarrollar un sistema coordinado de acciones se observa en los últimos años en el interés de establecer acuerdos de competitividad regional y la

formulación de un Plan de Acción concertado entre actores productivos e instituciones¹²⁷.

A nivel institucional se han dado procesos de desarrollo tecnológico mediante las actividades de investigación y transferencia de tecnología en el cultivo y el procesamiento de la guayaba, entre las que se destacan las actividades adelantadas por CORPOICA y su Centro de Investigaciones CIMPA; la capacitación a productores y trabajadores del bocadillo en aspectos administrativos y técnicos, desarrollada por entidades como el Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA, la Cámara de Comercio y la Caja de Compensación Familiar de Santander, Cajasán; las actividades de capacitación y asistencia a productores de guayaba adelantadas por algunas de las Unidades Municipales de Asistencia Técnica Agropecuaria, UMATAS, y la formación académica con orientación agropecuaria o agroindustrial adelantada por algunas de escuelas primarias, colegios de bachillerato y entidades universitarias de la región¹²⁸.

Como resultado de la articulación entre productores e instituciones, en el año 2010, la Cooperativa Comestibles El Éxito, ubicada en el municipio de Barbosa, obtuvo Certificación Europea para exportar bocadillos 100% orgánico. Los productores de bocadillo con la ayuda de la ONG francesa TierraUNA y la interventoría de la Agencia para el Desarrollo Económico Local- Adel Vélez; la cooperativa obtuvo la certificación Ecocert SA (F-32600), expedida por un organismo acreditado por el Ministerio de Agricultura de Francia. La certificación, que tiene vigencia de un año, permite la distribución del bocadillo al por mayor en almacenes especializados en productos orgánicos y al detal, a consumidores europeos que solo consumen este tipo de productos¹²⁹.

En enero del 2011, se realizó el primer envío a Francia de 4.000 cajas, con 58.000 bocadillos producidos en Barbosa, sumado a los anterior la Alcaldía de París les otorgó un premio a la cooperativa, de 10.000 euros (30 millones de pesos), que fueron usados para mejorar los procesos biológicos en la producción y las locaciones de la empresa¹³⁰.

¹²⁷ CORPOICA CIMPA. Estudio del sistema agroalimentario localizado, sial, de la concentración de fábricas de bocadillo de guayaba en las provincias de Vélez y Ricaurte en Colombia. [en línea]. [consultado 28 OCT. 2011]. Disponible en <<http://www.corpoica.org.co/sitioweb/Archivos/Publicaciones/EstudiodelsistemaagroalimentariolocalizadoSIALdelaconcentraciendefbricasdebocadillodeguayabaenlasprovinciasdeVlezyRicaurteencolombia.pdf>>

¹²⁸ *Ibid.*, p.41

¹²⁹ ENTREVISTA con Isaías Herreño Castillo. Propietario Cooperativa El Éxito. Barbosa, 20 octubre de 2011.

¹³⁰ EL TIEMPO. Nación. [en línea]. (13 de Marzo de 2011). [consultado 28 oct. 2011]. Disponible en <<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-740537>>.

Por otra parte, la producción de panela también ha sido sometida a procesos de transformación innovadores. En efecto, MultingeniosMakeriza S.A, operador del proyecto panelero de la Hoya del Río Suárez para la transformación tradicional de la panela a la forma pulverizada que busca superar las deficiencias del mercado involucrando la inversión extranjera por un valor de \$7 mil millones de pesos, para el montaje de una planta con tecnología de punta y sistema de transporte de la caña. El proyecto se lleva a cabo para 1.200 hectáreas y busca procesar 10 toneladas por hora, se dirige a estratos 1,2 y 3 donde la panela es base de la dieta alimenticia¹³¹.

Así mismo, en torno a esta diversificación de presentación de la panela, se están ejecutando en la región proyectos como “ Alianza Río Suárez, panelas y mieles”, el cual es apoyado por la Cámara de Comercio de Bucaramanga, Gobernación de Santander, Gobernación de Boyacá, Cámara de comercio de Tunja, FEDEPANELA, SENA y el Banco Interamericano de Desarrollo. Además, se han consolidado asociaciones como FEDAGROSANBOY- Federación de productores agropecuarios de Santander y Boyacá que buscan elevar el nivel tecnológico de los trapiches para ampliar la producción entre 600 a 1000 kg de panela/hora. Así mismo, en Güepsa se creó la asociación ASAGROGUEPSA, que también busca beneficiarse de este proyecto para mejorar las condiciones de trabajo de sus asociados¹³².

No obstante, no todas las propuestas de innovación se han llevado con éxito en la región, como se mencionó anteriormente, quizá uno de los mayores fracasos es la infortunada no ejecución del proyecto de alcohol carburante que buscaba impulsar la utilización del material vegetal de la caña panelera para la producción de etanol como oxigenante para la gasolina. Los principales afectados fueron los productores de caña panelera que terminaron asumiendo altos costos y problemas de competencia desleal del producto por la sobreproducción.

¹³¹ VANGUARDIA LIBERAL. La panela pulverizada ensambla su factoría en la Hoya del Río Suárez. [en línea] (15 de febrero de 2009). [consultado 27 oct. 2011]

¹³² [en línea] Disponible en: <http://www.bidnetwork.org/page/104896/es>

4.2 CONCLUSIONES DIAGNÓSTICO COMPETITIVO HOYA DEL RÍO SUÁREZ

- La región de la Hoya del Río Suárez cuenta con una privilegiada posición geográfica que la convierte en nodo de comunicación y centro de comercialización del Departamento de Santander, con la capital del país y Boyacá. Esta característica, le permite tener contacto directo con el mayor centro de consumo a nivel nacional (Bogotá), constituyendo un importante potencial para el posicionamiento de sus productos más representativos (guayaba, bocadillo y panela).
- Así mismo, las condiciones climatológicas y variedad de pisos térmicos, facilitan el desarrollo de las actividades agropecuarias a lo largo de todo el año, asegurando la provisión de alimentos y materia prima para la producción; por otra parte, las bondades del clima pueden ser un atractivo para turistas y visitantes, lo que podría promocionarse como un producto de turismo de salud.
- La región evidencia importantes procesos de articulación público-privada-social, que repercuten en el proceso de construcción compartida del territorio y que permiten adaptar estrategias de desarrollo local para fortalecer el sistema económico interno y externo, favorecer el desarrollo de nuevas empresas y convertir a la región en un atractivo de inversión. Sin embargo, pese a la sólida base institucional existente, aún quedan por superar problemas de individualidad y de priorización de inversiones fuera de la región, lo cual dificulta el impulso de proyectos de mayor envergadura que requieren el esfuerzo y la inversión colectiva para que la economía de la región y el sistema social, se incorporen y adapten a las necesidades de competitividad locales.
- No obstante, la región presenta debilidades en términos de creación y fortalecimiento de organizaciones o instancias de apoyo a la gobernabilidad, tales como, consejos municipales de cultura, institutos municipales de deportes, corporaciones de ferias y fiestas, consejos de política social y de planeación territorial, entre otros, que son necesarios para el desarrollo integral y social de la población. Por otra parte, las juntas de acción comunal, de veeduría ciudadana y los comités de participación, se han visto limitados por la falta de herramientas y recursos que posibiliten llevar a cabo de manera efectiva su gestión.

- La región está posicionada a nivel nacional con el desarrollo de sus cadenas productivas. En cuanto a la caña panelera, esta región permite que Santander sea el mayor productor de caña panelera del país (45.000 a 60.000 hectáreas), especialmente los municipios de Güepsa y San Benito con producción tecnificada, y Charalá, La Paz y Aguada con producción tradicional. En cuanto al bocadillo veleño, por su potencial de denominación de origen, es conocido a nivel nacional, como el dulce tradicional y típico más representativo.
- El sector salud presenta dificultades en la prestación de los servicios de salud, por cuanto los habitantes de las áreas rurales no tienen acceso permanente ni oportuno en algunos casos a los servicios de asistencia médica y consulta, pues tienen que desplazarse hasta las cabeceras municipales o a otras ciudades como Bucaramanga, Tunja o Bogotá por la escasa oferta de servicios especializados. Así mismo, la región no cuenta con personal médico y paramédico suficiente para atender las demandas de la ciudadanía y ello deriva problemas en materia de prevención, promoción y educación en salud pública.
- La Hoya del Río Suárez cuenta con un importante arsenal de atractivos naturales y paisajísticos, lo que le permite incursionar en el turismo comunitario, turismo rural, turismo comunitario y turismo sostenible. La región ha avanzado en este sentido con el diseño de las rutas del Plan Regional de Turismo, que requiere su implementación y promoción a través del apoyo decidido de los entes públicos locales.
- El carácter generacional de la región se inclina hacia los rangos de edad de la población económicamente activa, lo que le permite a la región contar con mano de obra capacitada, deliberante y activa. Sin embargo, la región requiere avanzar en el diseño de programas y políticas públicas que refuercen la inserción laboral y la formación profesional y a nivel de posgrado de la población más joven, para evitar su deserción y migración a otras regiones (fuga de capital humano).
- La región sobresale por su emprendimiento y alto valor productivo, donde la mujer juega un papel representativo, no sólo en el plano económico sino también en el cultural, social y político. Ello representa una ventaja para el territorio, en el sentido que fomenta la equidad de género y la participación de los actores locales para que ellos mismos se den cuenta de sus potenciales y abandonen el tradicional modelo de asistencia social.
- A pesar del incipiente nivel de asociatividad, la región tiene un importante potencial para fortalecer sus esquemas de cooperación alrededor de las cadenas

más representativas, ello reduce los costos de producción, mejora los niveles de ingresos de los productores locales y facilita la realización de cambios estructurales en mejoramiento del sistema social local.

- El acceso a las tecnologías de la información es muy bajo, se deben mejorar los niveles de cobertura y calidad de servicio para que se extienda a los sectores educativo, comercial y residencial. La región presenta grandes retos en materia de disminución de la brecha digital, en especial para los pequeños productores y comerciantes, quienes en miras de ampliar su rango de mercado y mejorar la competitividad de sus negocios, necesariamente deben involucrarse al mundo de las tecnologías e incursionar en el uso de la gran red para el posicionamiento de sus productos, ante el auge comercial globalizador

5 REFLEXIONES SOBRE EL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL Y EL MARKETING TERRITORIAL COMO HERRAMIENTA DE CRECIMIENTO

Los gobiernos locales en diferentes países han asumido un papel activo en la promoción del desarrollo económico, en general, motivados por la situación de crisis y reestructuración económica que los empuja a incorporar elementos de modernización y procesos de adaptación ante las nuevas exigencias productivas y los mayores niveles de competitividad en los mercados. De igual forma, la cada vez mayor descentralización democrática, reflejada en la elección popular de los responsables en los diferentes niveles territoriales de las administraciones públicas, obliga a estos líderes locales a atender las demandas de la ciudadanía, relacionadas con los temas básicos del desarrollo productivo y el bienestar social en cada ámbito territorial.

En respuesta a lo anterior, desde la década de los 90 del siglo XX, se han desarrollado en Latinoamérica herramientas de política económica mucho más consistentes para el impulso de las iniciativas de desarrollo económico local. Colombia no escapa a estas tendencias y desde mediados de los 90, el gobierno nacional viene adelantando la tarea de otorgarle a las administraciones locales la responsabilidad de promover su propio desarrollo. De ese modo, los gobiernos locales, ahora más autónomos que antaño, pero también más presionados en materia económica, política y financiera, se han visto cada vez más involucrados en el tema del desarrollo económico local y los instrumentos y herramientas disponibles para alcanzarlo.

Una de las estrategias de apoyo al desarrollo económico local y la competitividad que más acogida ha tenido en el país es la formulación de Planes de Marketing (mercadeo) Territorial. Como se ha dicho a lo largo de este documento, el objetivo de estos planes es atraer la inversión privada y el turismo mediante la promoción del territorio como lugar óptimo para el desarrollo de estas actividades. Lo anterior se hace con el fin de generar niveles de producción y empleo sostenibles en el tiempo y por ende mejorar la calidad de vida de la población y sus niveles de desarrollo económico. Sin embargo, cabe preguntarse si este tipo de proyectos son viables en municipios con muy reducido tamaño poblacional, baja competitividad, altos niveles de pobreza y atraso económico, territorios que presentan signos de estancamiento y decrecimiento, como es el

caso de los municipios que conforman las regiones analizadas en este trabajo: El Complejo Cenagoso de la Zapatosa y La Hoya del Río Suárez.

Para dar respuesta a este interrogante, ha de plantearse en primera instancia, el tema de la descentralización desde la óptica global y nacional por ser éste el punto de partida del renovado protagonismo que se le ha venido dando a los municipios como actores y promotores del desarrollo.

Un análisis del contexto global muestra que desde la década de los ochenta se ha generalizado en el mundo un proceso de descentralización político-territorial, que ha sido convalidado a través de la “Declaración Mundial de la Autonomía de los Gobiernos Locales”, la “Carta Europea de Autonomía Local” y la “Carta de la Autonomía Municipal Iberoamericana”, en las cuales se considera al gobierno local, como parte integrante de la estructura nacional, dado que es el nivel de gobierno más cercano a los ciudadanos y, por tanto, el que se encuentra en mejor posición para integrarlos a los procesos de toma de decisiones, en lo que concierne a sus condiciones de vida y para hacer uso de sus conocimientos y capacidades para la promoción de desarrollo¹³³.

Posteriormente, en 1991, la Unión Iberoamericana de Municipalistas en el congreso celebrado en Granada (España) declaró al municipio como “agente de desarrollo” en la medida en que el gobierno local se constituye en la instancia territorial más adecuada para impulsar el progreso de los pueblos, desde una perspectiva que se asiente en una base social y económica, participativa y en el marco de un desarrollo sostenible¹³⁴.

Desde entonces, las entidades locales son vistas como uno de los principales fundamentos del régimen democrático; en ellas se concreta el derecho de los ciudadanos a participar en la gestión de los asuntos públicos, ya que puede ser ejercido más directamente. Asimismo, están investidas de competencias efectivas que permiten una administración a la vez eficaz y próxima al ciudadano, mediante una amplia autonomía en cuanto a competencias, modalidades de ejercicio de estas últimas y medios necesarios para el cumplimiento de su misión¹³⁵.

¹³³IULA (Unión Internacional de Autoridades Locales).Declaración mundial sobre autonomíaa local. Adoptada por el Consejo de IULAToronto, Junio de 1993

¹³⁴AMERISO, Claudia. BENÍTEZ, Élida. MACERATESI, Georgina. Sistema tributario local: una herramienta para contribuir al desarrollo de una ciudad sustentable.

¹³⁵Ibid., p 160

En el ámbito nacional, la descentralización colombiana, en palabras de Maldonado, podría considerarse más como un proceso de carácter democrático que económico. Lo anterior se justifica al observar la historia que ha tenido la implementación de este modelo en el país que comenzó durante la década de los setenta, donde se hicieron varios esfuerzos por desconcentrar el aparato estatal y por promover la descentralización espacial sin mayores resultados que el logro de una desagregación territorial más que un proceso efectivo de descentralización propiamente dicho. Sin embargo, durante la década de los 90 se dió un verdadero impulso a la descentralización con miras hacia el mercado, es decir, buscando promover cierto nivel de autonomía política en los diferentes niveles de gobierno. Pese a todo, la historia más reciente ha dejado en claro que la reforma más amplia y coherente ha consistido en promover la autonomía política y el fortalecimiento fiscal y administrativo de los gobiernos locales, acciones que se han desarrollado en los últimos años.

Fundamentalmente, el proceso descentralizador en el país puede sintetizarse en dos grandes etapas: Una primera de 1983 a 1991, en donde el centro de atención eran los gobiernos locales, especialmente los más pequeños. El objetivo, era crear capacidad en dichos municipios para la provisión de servicios sociales y de infraestructura básica en un contexto de mayor apertura política y participación de la ciudadanía. La segunda etapa, de 1991 en adelante, se ha caracterizado por la toma de medidas para precisar el papel de los departamentos, especialmente en la provisión de los servicios de educación y salud, y por el esfuerzo que se hace por definir la distribución de funciones entre niveles de gobierno y por condicionar los recursos hacia los sectores prioritarios para la nación. Así, en vez de un énfasis territorial, el acento se coloca ahora en la descentralización sectorial¹³⁶.

Estudios de la CEPAL, entre los que se destaca el de Maldonado, insisten en que la descentralización colombiana ha sido integral dado que se han tomado medidas tanto en materia política, como administrativa y fiscal. En cuanto a lo político, las principales medidas han sido la elección popular de alcaldes (1988) y gobernadores (1992), funcionarios que previamente eran nombrados por el nivel superior de gobierno; y la expedición de medidas tendientes a posibilitar la participación ciudadana en la administración local y a generar diversos mecanismos de responsabilidad de los alcaldes y gobernadores con sus electores. En materia fiscal las principales medidas han sido:

¹³⁶MALDONADO, Alberto. DESCENTRALIZACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL UNA VISIÓN GENERAL DEL CASO DE COLOMBIA. CEPAL. 2000.

- El incremento de las transferencias a los gobiernos municipales continuamente desde 1986 hasta el año 2002¹³⁷.
- El aumento de las transferencias a los gobiernos departamentales para la financiación de salud y educación.
- La creación de mecanismos y estímulos para aumentar los recursos propios; en el caso de los municipios, principalmente los impuestos a la propiedad raíz y el impuesto de industria y comercio. En el caso de los departamentos los impuestos a la cerveza, licores y cigarrillos.
- La creación de un sistema nacional de cofinanciación que complemente las transferencias automáticas con transferencias por proyecto y con contrapartida.
- La creación de la Financiera de Desarrollo Territorial como banco de segundo piso orientado a financiar la inversión en los sectores bajo la responsabilidad de las entidades territoriales; la organización del Fondo Nacional de Regalías como instrumento para la financiación de proyectos de desarrollo regional; y la introducción de nuevos tributos como la sobretasa a la gasolina para la financiación de obras de infraestructura y sistemas de transporte masivo.

En la parte administrativa, el proceso ha hecho énfasis en la distribución de funciones. En ese sentido, la reforma ha asignado nuevas responsabilidades a los gobiernos locales y eliminado o modificado entidades nacionales encargadas previamente de su cumplimiento, especialmente en los sectores de educación, salud y agua potable y saneamiento básico. Se ha venido dando entonces un proceso constante de ajuste, a veces por prueba y error, en donde básicamente las normas sobre transferencias determinan la utilización de los recursos.

Respecto a dichas normas, cabe decir que durante la primera etapa de la descentralización, la ley 12 de 1986 estableció que los aumentos recibidos por los municipios deberían destinarse a inversión en un conjunto de sectores determinados en la misma norma. De ese modo el municipio podía escoger dentro de dicha lista sus prioridades y asignar los recursos de acuerdo con ellas, disponiendo por tanto de una autonomía significativa en el gasto. Sin embargo, en

¹³⁷De acuerdo con lo dispuesto por la constitución, en este último año los gobiernos locales recibieron en forma automática el 22% de los ingresos corrientes de la nación.

la segunda etapa, la ley 60 de 1993 aumentó la condicionalidad, estableciendo porcentajes fijos en la siguiente forma: 30% para educación, 25% para salud, 20% para agua potable y 5% para recreación, cultura y deporte. El 20% restante podía utilizarlo el municipio en una lista de otros sectores fijados por la misma norma. En el caso de los departamentos, el situado fiscal debe distribuirse en un 60% hacia educación, 20% hacia salud y el 20% restante puede asignarse a cualquiera de los dos sectores¹³⁸.

La Ley 152 de 1994 fue la encargada de establecer los procedimientos y mecanismos para la elaboración, aprobación, ejecución, seguimiento, evaluación y control de los planes de desarrollo, e instituyó al DNP como la entidad encargada del seguimiento a la gestión de los municipios. Por su parte, la Ley 359 de 1997 reglamentó el endeudamiento interno y externo de la nación y las entidades territoriales sosteniendo que éste no debe exceder su capacidad de pago. La Ley 617 de 2000 realizó una categorización de las entidades territoriales de acuerdo a criterios de gestión administrativa, tamaño de población e ingresos de libre destinación; a partir de allí, se clasifica a los departamentos y municipios según su presupuesto. Esta Ley establece además lineamientos sobre saneamiento fiscal y presenta guías para la financiación de algunos gastos, a la vez que señala normativas sobre racionalización de fiscos, transparencia de la gestión y alivios a la deuda, con miras a una mayor autonomía fiscal. Por otra parte, la Ley 715 de 2001 reguló el Sistema General de Participaciones (SGP), constituido por los recursos que la Nación transfiere a las entidades territoriales para la financiación del sector educativo, el sector salud, agua potable y saneamiento básico, al tiempo que asignó a los departamentos y municipios responsabilidades particulares sobre planificación, promoción y financiación de proyectos de desarrollo. Finalmente, la Ley 819 de 2003 decretó normas para la transparencia fiscal y macroeconómica, definió el marco fiscal de mediano plazo y determinó criterios sobre el endeudamiento territorial (elaboración propia con base en Leyes)¹³⁹.

En conjunto, las leyes anteriores han establecido los fundamentos legales para evaluar la gestión y resultados de los gobiernos municipales y departamentales, creando herramientas para “retroalimentar la toma de decisiones, optimizar la asignación de recursos, facilitar la rendición de cuentas y el control social, contribuir al diseño de políticas públicas y focalizar las acciones de asistencia técnica y apoyo institucional” (DNP, 2005, p. 2).

¹³⁸ *Ibíd.*

¹³⁹ GONZÁLEZ H.; RODRÍGUEZ. Jenifer. Medellín: una evaluación del comportamiento de las finanzas públicas municipales, 2000-2006. Perfil de Coyuntura Económica, Núm. 13, agosto-sin mes, 2009, pp. 165-197. Universidad de Antioquia, Colombia.

Así las cosas, la articulación de medidas administrativas y fiscales con reformas políticas tan importantes como la elección de los alcaldes y gobernadores ha creado un marco de incentivos a la gestión de los gobiernos territoriales. Paralelamente, los gobiernos locales han adquirido mayor legitimidad política y han dispuesto de crecientes recursos para su gestión. Sin embargo, pese a todos los aspectos positivos que ha desencadenado este proceso, la descentralización ha conducido a diversas tensiones con el gobierno central. Por una parte, el tema del endeudamiento local se ha convertido en un problema principal por su impacto sobre las finanzas públicas y el entorno macroeconómico; por el otro, el crecimiento de las transferencias, sumado a otros factores que han presionado el gasto del nivel nacional, ha llevado a un fuerte déficit fiscal en el gobierno central. Puede verse entonces que el proceso de descentralización en Colombia se ha concentrado principalmente en la distribución de funciones y recursos en materia de política social y de provisión de servicios públicos. De esta forma, la posibilidad de los municipios para dedicar recursos a proyectos de promoción de actividades económicas radica en la disponibilidad de recursos propios lo que conduce a que esta opción quede limitada principalmente a aquellos de carácter intermedio ó mayor, dado que la gran mayoría de gobiernos locales subsiste con base en las transferencias nacionales¹⁴⁰ y carecen por tanto de verdadera autonomía. Es por esto, que la conclusión a la que llega el estudio de la CEPAL hecho para Colombia es que aquí se ha dado más un proceso de desagregación territorial que de descentralización puesto que, pese a los avances en materia política y administrativa, los entes territoriales de orden subnacional son aún dependientes en materia de recursos y política económica de las disposiciones del Gobierno Nacional, razón por la cual no puede hablarse de un verdadero proceso descentralizador, especialmente en las zonas más rezagadas del territorio nacional.

Ese, es precisamente, el caso de los municipios que conforman las regiones de estudio. Municipios con baja densidad poblacional, de vocación agrícola, con altos niveles de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI), pobreza y estancamiento productivo. Entes territoriales que dependen absolutamente de las transferencias del Gobierno Nacional para atender medianamente las demandas de la comunidad. Y se dice medianamente porque al carecer de industria, un fuerte mercado interno, buenos volúmenes de comercio, asociaciones empresariales, explotación minera considerable o al menos una agricultura productiva, estas

¹⁴⁰ Ópcit.

localidades están lejos de ser autosostenibles y de generar para sí fuentes de ingreso con las cuales financiar la inversión en infraestructura, en educación superior, en políticas de fomento empresarial y en asistencia social, entre otros problemas acuciantes, que limitan en el corto, mediano y largo plazo, la capacidad de estas comunidades para superar la trampa de la pobreza y el subdesarrollo.

En ese sentido, el alcance de las políticas DEL suele ser mayor a nivel de centros urbanos grandes y medianos como es el caso de Bogotá, Cali, Medellín, Bucaramanga, Barranquilla, o de regiones que cuentan con una agricultura o una minería de vocación exportadora como por ejemplo, el eje cafetero, Cesar, Guajira, Huila, Meta... etc., territorios que cuentan con niveles de autonomía financiera un poco mayores, que no dependen únicamente de los ingresos por transferencias, que cuentan con una infraestructura en mejores condiciones que al menos les permite estar comunicados con el interior del país, que están mucho más densamente poblados y que, en suma, son ciudades en condiciones de financiar y darle continuidad a los proyectos DEL y más allá de eso, que cuentan con las condiciones mínimas que los proyectos de competitividad y marketing territorial requieren para implementarse, como por ejemplo, niveles adecuados de asociatividad empresarial.

Sin embargo, no la situación es muy diferente para los municipios pequeños del país, que aparte de ser desconocidos por el común de los colombianos son completamente ignorados por el Gobierno Nacional, pueblos que han sido víctimas históricas de la pobreza y el conflicto armado y que por ende están acostumbrados al atraso dado que, su cada vez más escasa población, no ha conocido otra forma de vivir.

En consecuencia, proyectos que pongan la mira en rescatar las ventajas competitivas de estos municipios a través de la implementación de estrategias como los Planes de Mercadeo Territorial, y que se tracen el objetivo de darles visibilidad a nivel nacional para atraer el turismo y la inversión como apoyo al crecimiento económico; son trabajos realmente loables en su propósito, que inspiran un poco de esperanza al contar con financiación internacional, pero que, indudablemente son limitados en sus alcances en la medida que su efectividad depende del compromiso, moral y económico, de las administraciones locales presentes y futuras de darles continuidad y de presentar ante los organismos internacionales, una serie de resultados que suelen entorpecerse ante la falta de autonomía financiera y las condiciones de pobreza, poca educación, confianza y participación de los diferentes actores territoriales en el desarrollo de este tipo de procesos.

Además, y como es el caso más común a la hora de evaluar los resultados de este tipo de iniciativas, es probable que la tendencia sea que los actores regionales con mayor poder económico y político en la zona, es decir, los dueños de las tierras, empresas y negocios más grandes, sean quienes terminen aprovechando, en el mejor de los casos, el apoyo proveniente de este tipo de proyectos, dejando así, al grueso de la población en iguales condiciones de desempleo, atraso y pobreza, precisamente por no estar en condiciones de aplicar y/o aprovechar las ventajas que en teoría traen a todos este tipo de proyectos.

El punto central de la discusión es que en el caso de municipios pequeños en condiciones tan complejas, es necesario no sólo que las políticas se apoyen en el papel desde instancias de gobierno superiores, sino que, efectivamente se imprima desde allí todo el acompañamiento necesario en materia educativa, económica, financiera y social, que requieren estas comunidades y sus sistemas productivos, para estar en condiciones de implementar con éxito estrategias de apoyo a las políticas DEL como lo es el Marketing Territorial, pero teniendo presente que es un proceso que demanda un compromiso en el tiempo mucho mayor a la vigencia de los planes de desarrollo nacionales y regionales, y de un intenso trabajo social.

Se trata entonces, de comprometerse a que estas localidades, ahora agrupadas en estas macro-regiones (Complejo Cenagoso de la Zapotosa y Hoya del Río Suárez), crezcan al punto de lograr ser verdaderamente autónomas y autosuficientes para así vincularse con éxito al modelo descentralizador y al mercado en vez de ser excluidas y eliminadas por éste.

6 CONCLUSIONES

- Las políticas de Desarrollo Económico Local han cobrado fuerza en Colombia, especialmente desde la década de los 90 cuando comenzó a implementarse con fuerza el modelo descentralizador en el país. Desde la discusión teórica, estas políticas dan cuenta de un conjunto de programas, proyectos públicos o privados, organizaciones y reglas de juego relacionadas con la promoción del desarrollo económico territorial, la promoción de empresas, la generación de empleo y la competitividad de un territorio determinado para darle a éste la capacidad para formularse propósitos colectivos de progreso material, equidad, justicia y sostenibilidad, y movilizar los recursos locales endógenos necesarios para su obtención.

El papel del Estado en estos procesos es crear las condiciones para el crecimiento económico, en tanto que a la región o territorio como tal le corresponde la muy compleja tarea de transformar el crecimiento en desarrollo. Así, toda Estrategia de Desarrollo Local está fuertemente ligada a la ejecución de políticas sectoriales que impulsen y fortalezcan el desarrollo la infraestructura física para el desarrollo, la valorización del recurso humano, el desarrollo de mejores sistemas de gestión organizacional tanto pública como privada, la financiación necesaria para llevar a cabo el proceso y el desarrollo de sistemas de producción amables con el medio ambiente, de manera que se generen factores claves de competitividad en cada territorio.

- Existen tres metodologías internacionalmente reconocidas para medir los niveles de Competitividad en un territorio: El Proyecto Doing Business del Banco Mundial, el cual proporciona una medición objetiva de las normas que regulan la actividad empresarial y su puesta en práctica en 183 economías y ciudades seleccionadas en el ámbito subnacional y regional. El objetivo es proporcionar, a través de encuestas, una base de datos objetiva para analizar, comprender y mejorar las normas que regulan la actividad empresarial; El World Competitiveness Yearbook (WYC), es publicado cada año por el Instituto para el desarrollo gerencial (IMD) y contiene el ranking de competitividad de los países a nivel mundial, donde analiza la forma como las externalidades afectan la competitividad empresarial. El WCY define 4 factores centrales de la competitividad: desempeño económico, eficiencia del gobierno, eficiencia de los negocios e infraestructura. Por último, El Foro Económico Mundial desarrolló el

basa su análisis competitivo sobre el Índice Global de Competitividad, (IGC), un índice que permite medir la competitividad nacional, teniendo en cuenta el entorno microeconómico y macroeconómico del país, además del conjunto de instituciones, políticas y factores que marcan los niveles de prosperidad económica en el corto y mediano plazo. El objetivo principal del reporte es dar herramientas a los hacedores de política para mejorar la competitividad y superar los obstáculos que la perjudican. Las variables son organizadas en 12 pilares, cada uno representa un área considerada un importante aspecto y determinante para la competitividad: Instituciones, Infraestructura, Estabilidad Macroeconómica, Salud y Educación Primaria, Educación Superior y Entrenamiento, Eficiencia del Mercado de Bienes, Eficiencia del Mercado Laboral, Sofisticación del Mercado Financiero, Preparación Tecnológica, Tamaño del Mercado, Sofisticación Empresarial e Innovación.

Por ser este último índice, (IGC), el más completo para los objetivos que persigue la formulación de los planes de marketing territorial a cargo de la ADEL Metropolitana, la entidad escogió esta metodología para la elaboración de los diagnósticos competitivos de cada región como base fundamental para la construcción de dichos planes.

- La implementación de la metodología de la FEM para la elaboración de los diagnósticos competitivos arrojó como resultado principal que los municipios que conforman el Complejo Cenagoso de la Zapatosa y la Hoya del Río Suárez, cuentan con un bajo nivel de competitividad, según los 12 factores analizados, hecho que incide negativamente en el dinamismo y desarrollo de sus actividades productivas, acarreado consigo la carencia de nuevas y mejores oportunidades para la inversión productiva, la generación de empleo y por consiguiente, el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes, o lo que es lo mismo, altos niveles pobreza y atraso tanto económico como social.

El Complejo Cenagoso de la Zapatosa, se constituye como la ciénaga continental más grande de Colombia. Esta importante ecoregión, cuenta además con vetas de explotación minera, una intensa actividad ganadera, pesquera y turística; no obstante problemas como la pobreza, el aislamiento geográfico y los bajos niveles de educación, obstruyen la generación de dinámicas de desarrollo que permitan mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Por su parte, la región de la Hoya del Río Suárez, es a nivel nacional, la cuna de las cadenas productivas de la guayaba, el bocadillo y la panela. Sin embargo, con

el correr de los años la región se ha estancado y sus tradiciones culturales y productivas están amenazadas con desaparecer, trayendo consigo el incremento de la pobreza y el atraso económico y social en la región. De otra parte, más allá de su vocación productiva, la región cuenta con un importante potencial ecoturístico que ha sido desaprovechado y que se perfila como posible fuente de reactivación económica y desarrollo para todos los municipios que la conforman.

- La formulación de un plan de marketing territorial como estrategia de apoyo a las políticas de desarrollo económico local en regiones olvidadas del país es un proyecto con intenciones verdaderamente loables. Sin embargo, para el caso de municipios pequeños en condiciones de atraso económico, pobreza, y casi nula autonomía en materia financiera, como es el caso de los que conforman las regiones de estudio, es necesario no sólo que éstas las políticas se apoyen en el papel desde instancias de gobierno superiores, sino que, efectivamente se imprima desde allí todo el acompañamiento necesario en materia educativa, económica, financiera y social, que requieren estas comunidades y sus sistemas productivos, para estar en condiciones de implementar con éxito estas estrategias; teniendo presente que es un proceso que demanda un compromiso en el tiempo mucho mayor a la vigencia de los planes de desarrollo nacionales y regionales, y de un intenso trabajo social.

Se trata entonces, de comprometerse a que estas localidades, ahora agrupadas en estas macro-regiones (Complejo Cenagoso de la Zapatosa y Hoya del Río Suárez), crezcan al punto de lograr ser verdaderamente autónomas y autosuficientes para así vincularse con éxito al modelo descentralizador y al mercado en vez de ser excluidas y eliminadas por éste.

7 BIBLIOGRAFÍA

ADEL METROPOLITANA. Proyecto diseño e implementación piloto de un plan de mercadeo territorial para el departamento de Santander. Plan de marketing territorial.

AGENDA INTERNA PARA LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD. Documento Regional Cesar”.

ALBURQUERQUE, Francisco (2004). Desarrollo económico Local y descentralización en América Latina. *Revista de la CEPAL*, Nro. 82. Santiago de Chile: CEPAL.

ALBURQUERQUE, F. (2006). Teoría y Práctica del Enfoque del Desarrollo Local. Madrid: Pinar.

BOISIER, Sergio, que a continuación resumen Se presentan en DESARROLLO ENDÓGENO: ¿Para Qué?, ¿Para Quién? (El Humanismo En Una Interpretación Contemporánea Del Desarrollo).

BOISIER, Sergio. Globalización, Geografía Política Y Fronteras. Citado En: Anales de Geografía de la Universidad Complutense. ISSN: 0211-9803.

BOISIER, Sergio. DESARROLLO (LOCAL): ¿DE QUÉ ESTAMOS HABLANDO?

BOISIER, Sergio. La imperiosa necesidad de ser diferente en la globalización: el mercadeo territorial. La experiencia de las regiones chilenas *Territorios*, Núm. 15, agosto-diciembre, 2006, pp. 71-85 Universidad de los Andes Colombia. ISSN (Versión impresa)

BOISIER, Sergio. Mesa Redonda Sobre Desarrollo Económico Territorial. *UniversitasForum*, Vol. 1, No. 3, Diciembre 2009. ISSN 2070-6790.

BOISIER, Sergio. (1997). El Vuelo de Una Cometa. Una Metáfora para una Teoría de Desarrollo Territorial. Ciclo de Conferencias sobre Crecimiento, Globalización y Territorio (pág. 4). ILPES.

BOISIER, Sergio. (1996). En Busca del Esquivo Desarrollo Regional. Entre la Caja Negra y el Proyecto Político.

CAICEDO, Carlos Jorge. (2008). Políticas e Instituciones para el Desarrollo Económico Territorial en América Latina y el Caribe. El Caso de Colombia. Santiago de Chile: Naciones Unidas.

CASANOVA, Fernando (2004). "Desarrollo local, tejidos productivos y formación: abordajes alternativos para la formación y el trabajo de los jóvenes". Montevideo:

CINTERFOR. 163 p. (Herramientas para la Transformación, 22)PONENCIA (2004).

Conversación con Sergio Boisier (Miércoles, 31 enero 2007) .por Ramón-Antonio Gutiérrez P. ciencias sociales online. Revista electrónica ISSN 0718-1671.

COTORRUELO, Romeo. (2001). Aspectos Estratégicos del Desarrollo Económico Local. Rosario: Homo Sapiens.

D. TELLO, Mario. (2006). Las Teorías del Desarrollo Económico Local y la Teoría y Práctica del Proceso de Descentralización en los Países de Desarrollo. Tallahassee: CIES.

DESARROLLO ECONOMICO A PARTIR DE LO LOCAL PROGRAMA ART - GOLD COLOMBIA. Promoción del Desarrollo Socioeconómico Local en Colombia. PNUD/APPI 2005.

ELIZALDE HEIVA, A. (2003). Planificación Estratégica Territorial y Políticas Públicas para el Desarrollo Local. ILPES , 29.

FUENTES MARTINEZ, Sandra I. Sistema de Gestión Comunicacional para la Construcción de una Marca Ciudad o Marca País, "Signo y Pensamiento", Julio-Diciembre, 2007/ vol. XXVI, número 051. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia.

GOBERNACIÓN DEL CESAR. Informe estratégico territorial consolidado versión preliminar de la visión Cesar 2032

GOBERNACION DEL CESAR. Plan de desarrollo sostenible para el departamento del Cesar 2008-2011 "cesar al alcance de todos.

GUERRERO RINCON, Amado Antonio, JORGE CASTELLANOS, Pulido, "Ordenamiento territorial: Región y Desarrollo" En: Colombia 2003.

MONCAYO, E. (2005). Elementos para una Estrategia de Desarrollo Territorial en el Marco de la Integración Andina. Lima: Comunidad Andina.

PNUD. El departamento del Cesar frente a los Objetivos del Desarrollo del Milenio

SILVA LIRA, Iván. Disparidades, competitividad territorial y desarrollo local y regional en América Latina. Dirección de Gestión del Desarrollo Local y Regional.

TURISMO EN COLOMBIA: Un sector de oportunidades, Fortalezas, incentivos y herramientas institucionales. REPÚBLICA DE COLOMBIA Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Viceministerio de Desarrollo Empresarial Dirección de Turismo.

VILORIA DE LA HOZ, Joaquín. Economía extractiva y pobreza en la Ciénaga de Zapatosa. En: Documentos de Trabajo Sobre Economía Regional. Banco de la República. No. 103 (junio, 2008)