Gobernación de Norte de Santander

SGR

PROYECTO

DESARROLLO Y CONSOLIDACIÓN DE UNA MARCA REGIÓN QUE POSICIONE ESTRATÉGICAMENTE LOS SECTORES PRODUCTIVOS Y EL FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD REGIONAL DEL DEPARTAMENTO NORTE DE SANTANDER

GOBERNADOR

WILLIAM VILLAMIZAR LAGUADO

Secretaría de Desarrollo Económico y Productividad

Secretario: Olger Alberto López Vergel

PROYECTO: DESARROLLO Y CONSOLIDACIÓN DE UNA MARCA REGIÓN QUE POSICIONE ESTRATÉGICAMENTE LOS SECTORES PRODUCTIVOS Y EL FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD REGIONAL DEL DEPARTAMENTO NORTE DE SANTANDER

CONTRIBUCIÓN A LA POLÍTICA PÚBLICA

CONTRIBUCIÓN AL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO

Plan Nacional de Desarrollo

(PND 2022-2026) Colombia, potencia mundial de la vida

Estrategia Transversal : 04. Economía productiva a través de la reindustrialización y la bioeconomía

Transformación: 7. Actores Diferenciales para el Cambio

Catalizador: 02. Estabilización socioeconómica para las víctimas

Pilar: 03. Reparación efectiva e integral a las víctimas

Programa: 3502 - Productividad y competitividad de las empresas colombianas

PLAN DE DESARROLLO DEPARTAMENTAL

NORTE TERRITORIO DE PAZ

Estrategia del Plan de Desarrollo Departamental o Sectorial

LÍNEA ESTRATÉGICA: DESARROLLO ECONÓMICO SOSTENIBLE Y COMPETITIVIDAD.

Programa del Plan Desarrollo Departamental o Sectorial

DESARROLLO EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO

Desarrollo Económico y Competitividad para Norte

PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL

No Aplica

Estrategia del Plan de Desarrollo Distrital o Municipal

No Aplica

Programa del Plan desarrollo Distrital o Municipal

No Aplica

ANTECEDENTES

Norte de Santander, a pesar de sus recursos naturales y su ubicación estratégica de frontera, presenta dificultades de desarrollo y competitividad en sus sectores productivos e identidad regional; esto, requiere de atención y de la búsqueda de una solución articulada intersectorial e interinstitucionalmente.

En diferentes territorios, se ha llevado a cabo estrategias que involucra a múltiples actores, para el desarrollo de un elemento articulador, como es la creación y adopción de una marca región que se ha constituido como un pieza clave para mejorar y escalar en su competitividad y el posicionamiento de sus sectores productivos, impactando no solo en el desarrollo económico, sino que también ha generado arraigo y pertenencia a su región, su patrimonio e identidad.

En el territorio nacional se han lanzado marcas regionales con gran éxito. Uno de los ejemplos más destacados es Boyacá, que ha logrado consolidarse como un referente con su marca territorial bajo los eslóganes "Soy Boyacá" y "Boyacá es para Vivirla". Estos lemas no solo han capturado la esencia del departamento, sino que han proyectado una imagen que une su patrimonio cultural, su historia y su impresionante paisaje natural. La marca Boyacá ha promovido el turismo rural, ecológico y cultural, permitiendo que visitantes nacionales e internacionales disfruten de sus tradiciones, paisajes andinos y productos únicos. Además, Boyacá ha logrado construir una identidad basada en la autenticidad, atrayendo a turistas que buscan experiencias significativas y conectadas con la naturaleza y la cultura local.

Otro referente importante es la Marca Colombia, que ha sido una herramienta central en la proyección del país a nivel global. Las campañas "Colombia es Realismo Mágico", "El país de la belleza" y "Colombia, el riesgo es que te quieras quedar" ha permitido al país redefinir su imagen internacional, dejando atrás los estigmas asociados al conflicto armado y destacando su biodiversidad, la riqueza cultural y la calidez de su gente. Esta estrategia no solo ha fortalecido el turismo, sino que también ha atraído inversiones extranjeras, promovido el desarrollo económico y mejorado la percepción internacional de Colombia.

Otro caso que sirve como inspiración es la Marca Medellín, un ejemplo de cómo una ciudad puede transformarse y cambiar su percepción ante el mundo. Medellín, que en el pasado fue conocida por ser una de las ciudades más violentas del mundo, ha logrado reinventarse a través de una estrategia de marca territorial enfocada en la innovación, la resiliencia y la transformación urbana. La ciudad ha destacado sus avances en tecnología, infraestructura y calidad de vida, lo que ha permitido posicionarla como un destino de turismo, innovación y negocios. La Marca Medellín no solo ha atraído a turistas, sino también a empresas e inversores que ven en la ciudad un ejemplo de superación y progreso.

En el departamento vecino de Santander, la creación de una marca territorial ha sido igualmente exitosa. esta región ha sabido capitalizar sus recursos naturales y su historia para posicionarse como un destino de turismo de aventura. La marca ha promovido actividades como el senderismo, el rafting y otras experiencias al aire libre, destacando los paisajes impresionantes de la región como el Cañón del Chicamocha. Además, Santander ha hecho un esfuerzo por resaltar su herencia cultural, promoviendo la gastronomía y las tradiciones locales como parte integral

de su oferta turística. Al igual que Medellín, Santander ha sabido unir su historia con una narrativa moderna que habla de valentía y resiliencia, características que definen a su población.

Por su parte, Putumayo ha seguido un camino similar, utilizando su marca territorial para cambiar la percepción que el resto del país y el mundo tenían de la región. Putumayo, durante mucho tiempo asociado al conflicto armado y al narcotráfico. Esta marca ha resaltado su impresionante biodiversidad, su cultura indígena y su potencial para el ecoturismo, destacando su compromiso con el desarrollo sostenible y la paz. A través de campañas de marketing digital, Putumayo ha logrado atraer turistas e inversores interesados en proyectos sostenibles, fortaleciendo la economía local y proyectando una imagen positiva y renovada de la región.

Café de Colombia es reconocido mundialmente por su calidad excepcional y sabor único, resultado de las condiciones geográficas y climáticas del país. A través de la figura icónica de Juan Valdez, Café de Colombia ha logrado posicionarse como un símbolo de orgullo nacional y de identidad cultural. Este café, cultivado en las laderas de los Andes por caficultores dedicados, representa no solo un producto de alta calidad, sino también el esfuerzo y la tradición de miles de familias colombianas. La marca ha trascendido fronteras y se ha convertido en un referente del café premium, fortaleciendo la imagen de Colombia como un país productor de café de clase mundial.

En este contexto, el Departamento de Norte de Santander busca seguir el ejemplo de estas estrategias regionales y nacionales mediante el desarrollo de su propia marca territorial. Norte de Santander es una región con una

ubicación geográfica estratégica, una rica diversidad y un vasto patrimonio histórico. Sin embargo, ha enfrentado desafíos en términos de visibilidad y competitividad frente a otras regiones de Colombia que han logrado consolidar una imagen más fuerte en el ámbito nacional e internacional. El proyecto de creación de una marca territorial para Norte de Santander tiene como objetivo superar estos desafíos y proyectar al departamento como un destino atractivo para inversionistas y residentes.

El desarrollo de esta marca implicará una articulación entre los sectores productivos, con el fin de proyectar una imagen coherente y atractiva del departamento. Además de promover las visitas al departamento, la marca territorial servirá para destacar la riqueza económica de Norte de Santander, especialmente en sectores como la agricultura, la minería, la construcción y la manufactura. Este enfoque permitirá atraer a inversores, generando un impacto positivo en el desarrollo económico y social del departamento.

La creación de una marca territorial no es solo una herramienta de marketing, sino un proceso que involucra a toda la comunidad, desde los empresarios locales hasta los ciudadanos de a pie. A través de talleres, consultas y participación activa, se garantizará que la marca territorial de Norte de Santander refleje los valores y aspiraciones de su población, consolidando una narrativa auténtica y coherente que resuene tanto a nivel local como internacional.

LOCALIZACIÓN

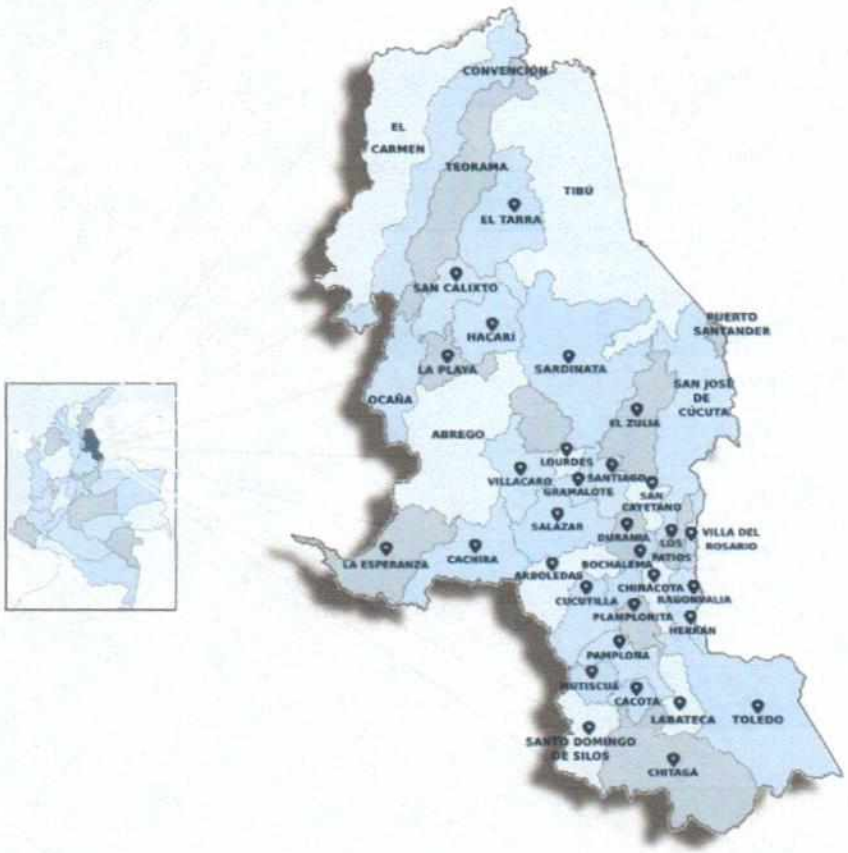
La localización del proyecto, comprende el desarrollo de acciones para lograr un impacto en Norte de Santander y sus 40 municipios, el departamento está ubicado en la región nororiental de Colombia sobre la Cordillera Oriental, en una zona estratégica de frontera con la República Bolivariana de Venezuela. El departamento está compuesto por una diversidad geográfica que incluye montañas, valles y zonas selváticas, cada una con un ecosistema único que aporta a la riqueza natural de la región. Esta diversidad geográfica es una de las características que lo hace atractivo tanto para el turismo como para la inversión.

Norte de Santander cuenta con una infraestructura en crecimiento que, aunque ha tenido desafíos, sigue evolucionando para mejorar la conectividad. La ciudad de Cúcuta, su capital, se constituye como un eje económico y político, siendo un centro de comercio binacional. La proximidad a la frontera ha otorgado a la ciudad un carácter de dinamismo propio, además de posicionarla como uno de los principales puntos de comercio internacional en Colombia. Al mismo tiempo, el aeropuerto Camilo Daza y las vías que conectan al departamento con el resto del país son claves para fortalecer los negocios.

Norte de Santander alberga una serie de municipios que, con sus particularidades, contribuyen en la diversidad cultural y económico del departamento. Ciudades como Pamplona, con su rica historia colonial y su rol como centro educativo, aportan al turismo cultural y académico. Ocaña, por su parte, destaca en la producción agrícola y el desarrollo industrial, además de ser una zona con gran potencial minero. Estas localidades, junto con muchas otras, presentan un territorio con una vasta

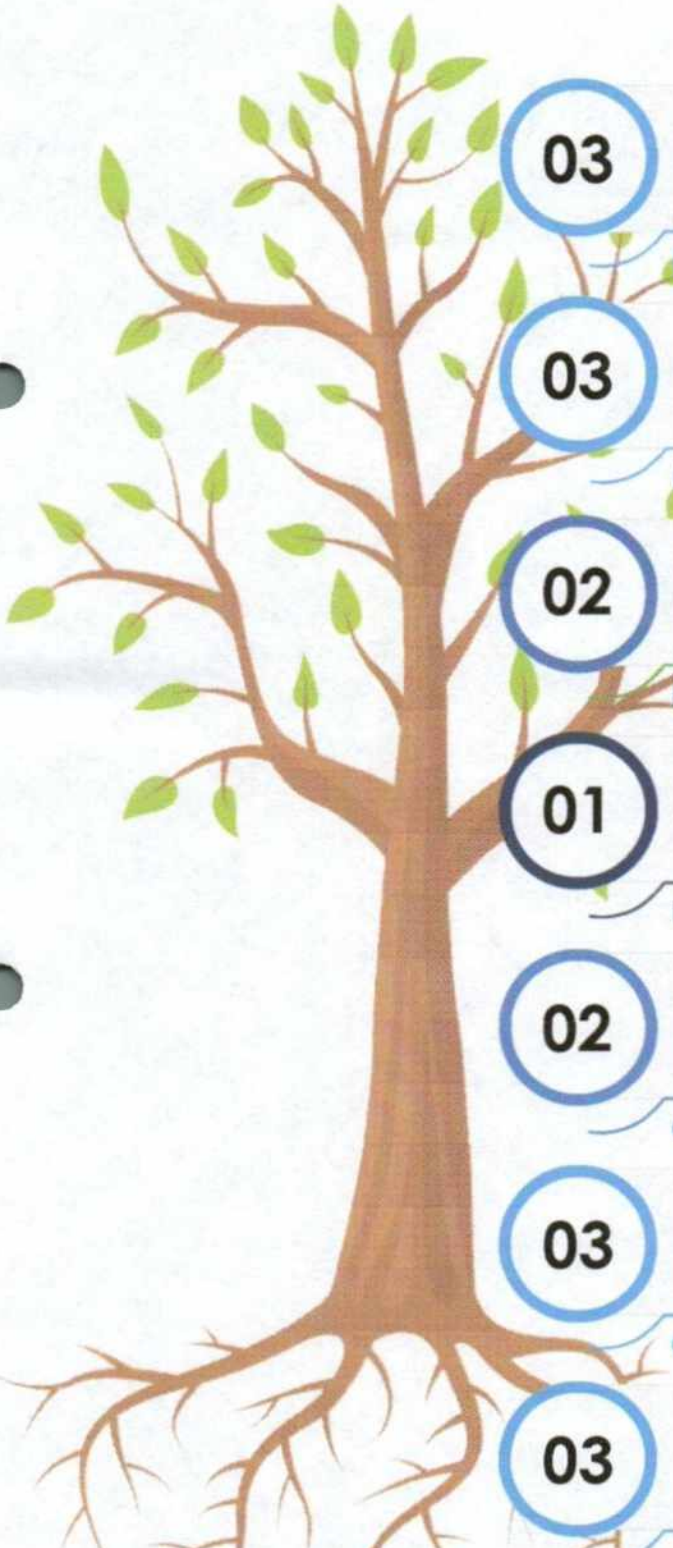
gama de recursos que deben ser proyectados adecuadamente para maximizar su impacto en el escenario nacional e internacional.

La riqueza cultural del departamento es otro de sus grandes activos. Con un profundo arraigo en las tradiciones andinas y costumbres, Norte de Santander ofrece un entorno único que puede atraer tanto a turistas como a inversionistas. Festividades, gastronomía, y expresiones artísticas forman parte de una identidad que necesita ser potenciada mediante una estrategia de marca región. Esta diversidad cultural y natural ofrece una oportunidad invaluable para proyectar al departamento como un destino auténtico, sustentado en sus raíces, pero con la vista puesta en el futuro.



Localización Norte de Santander – 40 Municipios
Fuente: Propia

ARBOL DE PROBLEMAS



03 Disminución de visitantes y de vínculos comerciales con otras regiones, reduciendo las oportunidades de desarrollo económico.

EFECTO INDIRECTO 2

03 Ausencia de identidad regional reconocida y adoptada por los diferentes sectores del departamento.

EFECTO INDIRECTO 1

02 Disminución de las oportunidades de inversión, limitando su desarrollo económico y la generación de empleo.

EFECTO DIRECTO

01 Bajo reconocimiento y posicionamiento de los sectores productivos e identidad regional del departamento Norte de Santander

PROBLEMA CENTRAL

02 Deficiente articulación para el desarrollo de estrategias de visibilidad, reconocimiento y posicionamiento del departamento en el ámbito local, nacional e internacional

CAUSA DIRECTA

03 Ausencia de identidad regional reconocida y adoptada por los diferentes sectores del departamento.

CAUSA INDIRECTA 1

03 Escaso apoyo al desarrollo eventos y acciones de difusión de departamento y sus sectores productivos.

CAUSA INDIRECTA 2

PROBLEMA CENTRAL

Bajo reconocimiento y posicionamiento de los sectores productivos e identidad regional del departamento Norte de Santander

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El departamento de Norte de Santander enfrenta un desafío significativo en términos de reconocimiento y posicionamiento a nivel nacional e internacional. A pesar de contar con sectores productivos sólidos y un patrimonio cultural diverso, el departamento no ha logrado articular estrategias efectivas que promuevan y visibilicen estos atributos en los diferentes escenarios. Esta falta de visibilidad y reconocimiento está afectando directamente el desarrollo económico y social del territorio, limitando las oportunidades de crecimiento y restringiendo la atracción de inversiones y visitantes. La ausencia de una estrategia sólida de posicionamiento territorial ha generado un estancamiento en su proyección a gran escala, con repercusiones importantes en su competitividad.

Una de las principales causas de este problema es la deficiente articulación para el desarrollo de estrategias de visibilidad y reconocimiento que abarque tanto el ámbito local como el nacional e internacional. La falta de coordinación entre los actores del sector público y privado ha generado una dispersión de esfuerzos, lo que impide que las iniciativas de promoción del departamento tengan el impacto necesario para posicionar de manera efectiva los sectores productivos de Norte de Santander. Esta falta de articulación no solo limita las campañas

promocionales, sino que también afecta la capacidad del departamento para atraer inversionistas y otros actores clave que podrían dinamizar la economía local.

Este problema está estrechamente relacionado con la ausencia de una identidad regional reconocida y adoptada por los diferentes sectores del departamento. No existe una narrativa común que unifique y represente los valores, la cultura y las potencialidades económicas de Norte de Santander. Sin una identidad regional fuerte y coherente, los esfuerzos de promoción carecen de un eje que los estructure y proyecte de manera efectiva. La falta de esta identidad ha impedido que los habitantes del departamento desarrollen un sentido de pertenencia fuerte, lo que a su vez afecta su involucramiento en la promoción de su propia región y su disposición a apoyar los esfuerzos de desarrollo y posicionamiento.

Otro factor crítico que contribuye a este problema es el escaso apoyo al desarrollo de eventos y acciones de difusión que visibilicen al departamento y sus sectores productivos. Las oportunidades para promocionar el departamento, tanto en eventos locales como internacionales, han sido limitadas debido a la falta de recursos técnicos, financieros y la coordinación entre los distintos actores. Los eventos que se logran organizar carecen del impulso necesario para atraer a un público más amplio o para establecer conexiones comerciales significativas con otras regiones del país y del exterior. Esta escasa visibilidad en plataformas estratégicas reduce el atractivo del departamento y lo aleja de oportunidades claves para el crecimiento.

Como consecuencia a esto, el departamento ha perdido oportunidades valiosas de inversión y desarrollo turístico. La falta de una identidad regional

reconocida y la limitada visibilidad de Norte de Santander en los escenarios nacionales e internacionales ha restringido las posibilidades de atraer visitantes, que son una fuente importante de ingresos para cualquier región. De igual manera, los sectores productivos del departamento, como la agricultura, la minería y la manufactura, no logran proyectarse ni aprovechar las oportunidades comerciales en otros mercados debido a la falta de una estrategia de posicionamiento clara. Esta situación, además de limitar el crecimiento económico, ha afectado la generación de empleo y el bienestar de la población local.

Por otro lado, la desconexión entre los habitantes del departamento y su propia identidad ha generado un bajo sentido de pertenencia. Esta falta de orgullo y compromiso con la región refuerza la falta de participación de la comunidad en los esfuerzos de promoción, lo que agrava el problema. Sin una población involucrada y comprometida con la promoción de su propio territorio, resulta más difícil generar un impacto sostenible en el tiempo, ya que las iniciativas de desarrollo no encuentran eco en la comunidad local ni en los actores clave del departamento; el bajo reconocimiento y posicionamiento del departamento de Norte de Santander es un problema complejo que afecta de manera directa su competitividad, su desarrollo económico y la capacidad de generar bienestar para sus habitantes.

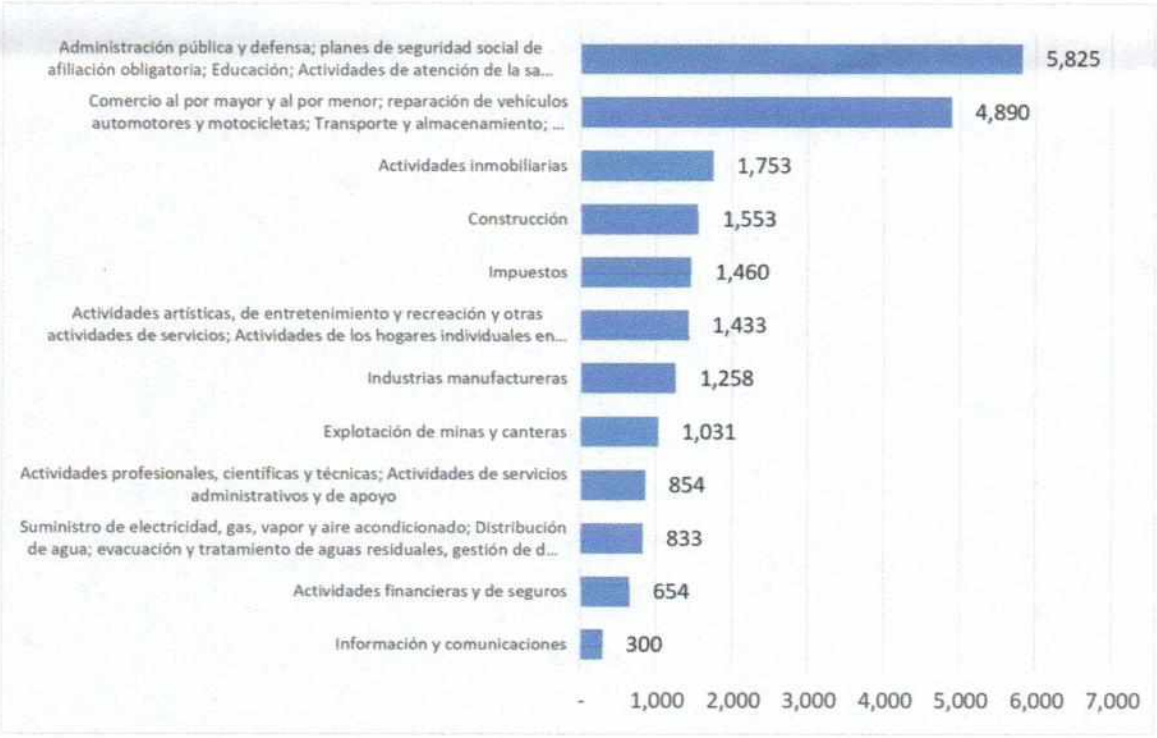
MAGNITUD ACTUAL DEL PROBLEMA - INDICADORES DE REFERENCIA

En el proyecto se tiene como magnitud del problema del bajo reconocimiento y posicionamiento de los sectores productivos, turísticos y del patrimonio e identidad cultural a:

El Departamento Norte de Santander.

40 municipios

Como algunos indicadores de referencia se tiene:



Producto Interno Bruto Norte de Santander: valor agregado según actividad económica precios corrientes. Miles de millones de pesos
Fuente: DANE

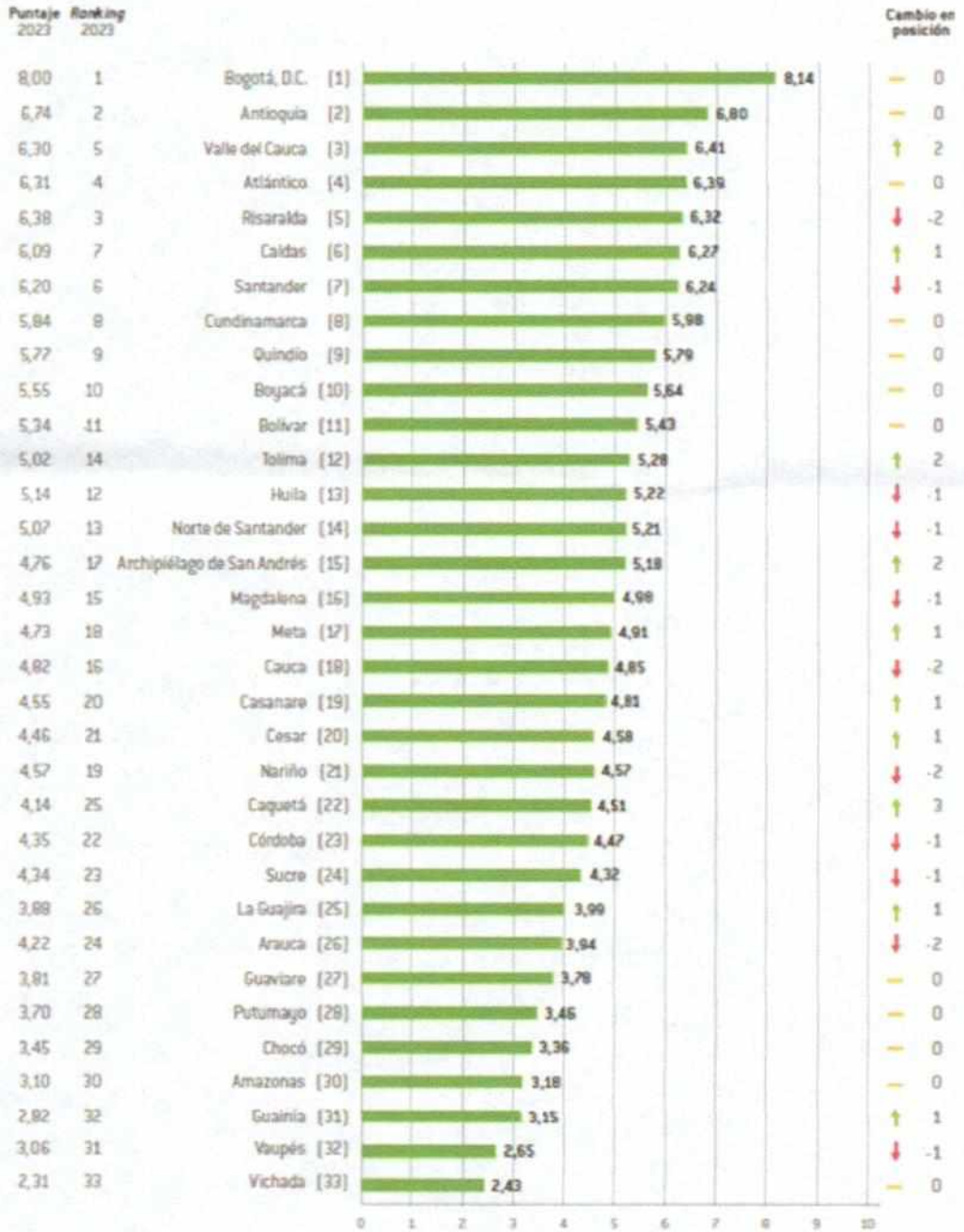
PIB Total (2023): $24.967 millones de COP.

DEPARTAMENTOS	2020	2021P	2022P	2023PP
COLOMBIA	**998.471**	**1.192.634**	**1.469.791**	**1.572.458**
Bogotá D.C.	260.747	303.094	361.698	393.237
Antioquia	148.362	177.867	212.453	231.052
Valle del Cauca	100.115	116.555	140.900	152.479
Santander	61.639	75.257	93.467	101.105
Cundinamarca	61.315	73.400	91.648	99.388
Atlántico	44.833	52.771	63.696	70.201
Bolívar	34.626	42.256	51.643	56.626
Meta	30.525	40.273	55.686	53.708
Boyacá	26.480	31.184	39.233	41.793
Tolima	21.417	25.154	30.959	33.409
Cesar	17.710	23.303	38.282	32.873
Cauca	18.194	21.380	26.113	28.314
Córdoba	17.893	21.121	25.603	27.752
Huila	16.653	19.732	24.460	26.370
Risaralda	16.410	19.413	23.874	26.193
Caldas	16.674	19.577	23.910	25.948
Norte de Santander	15.814	18.601	23.222	24.967
Nariño	15.702	18.237	21.560	23.330
Casanare	12.620	16.920	23.177	22.522
Magdalena	13.841	16.344	20.002	21.791
La Guajira	8.709	14.473	22.272	19.595
Quindío	8.275	9.866	12.120	13.157
Sucre	8.457	9.794	11.475	12.568
Arauca	5.130	6.674	8.896	8.580
Chocó	4.489	5.198	6.095	6.797
Caquetá	4.171	4.778	5.570	6.179
Putumayo	3.361	4.272	5.658	5.795
San Andrés, Providencia y Santa Catalina (Archipiélago)	1.350	1.701	2.068	2.253
Guaviare	826	954	1.142	1.252
Amazonas	777	909	1.070	1.191
Vichada	687	802	964	1.059
Guainía	374	443	498	556
Vaupés	294	333	376	420

Producto Interno Bruto por departamento, a precios corrientes. Miles de millones de pesos
Fuente: DANE

Tasa de crecimiento económico: 1.5% anual, mientras que el promedio nacional es 3%.

Índice Departamental de Competitividad:

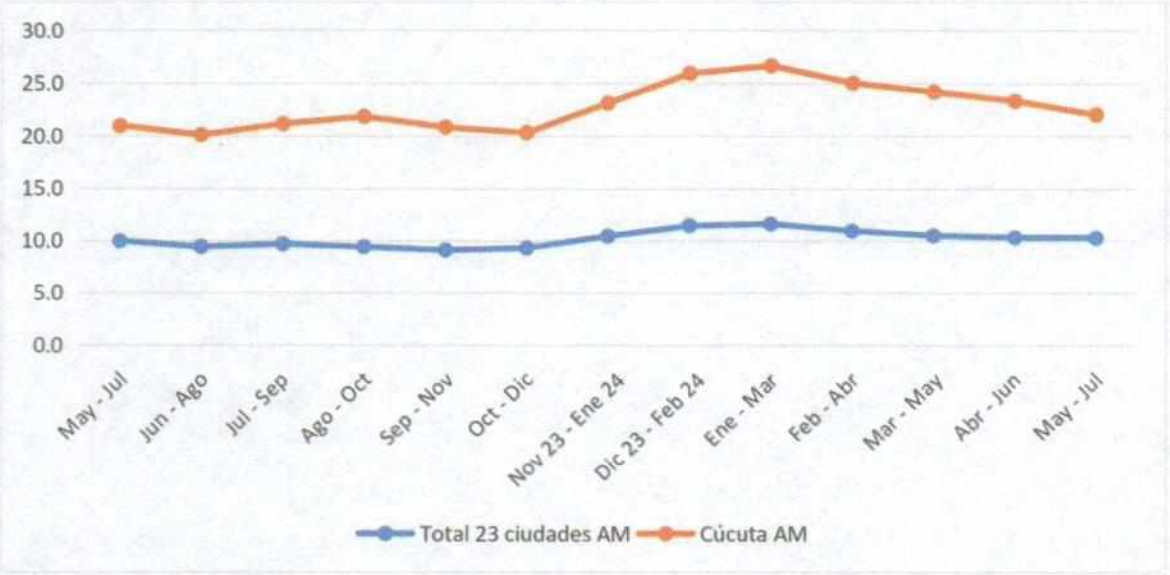


Índice Departamental de Competitividad (IDC) para los 32 departamentos del país y la ciudad de Bogotá.
Fuente: Consejo Privado de Competitividad (CPC) y la Universidad del Rosario

El Índice Departamental de Competitividad (IDC) en Colombia proporciona una evaluación integral de la capacidad de los departamentos para atraer y retener inversiones, generar empleo y asegurar el bienestar de sus ciudadanos. Este índice mide factores críticos como infraestructura, salud, educación, y eficiencia del mercado laboral. En el caso específico de Norte de Santander, el departamento alcanzó un puntaje de 5.07 en el año 2023, colocándolo en el puesto 14 a nivel nacional. Este resultado subraya tanto los desafíos como las oportunidades de desarrollo que enfrenta el departamento en comparación con otros en el país.

A la cabeza del IDC, Bogotá se destaca con un puntaje de 8.14, liderando en 9 de los 13 pilares evaluados, lo que refleja su posición consolidada como el centro económico y administrativo de Colombia. Antioquia y Valle del Cauca siguen con puntajes de 6.80 y 6.41, respectivamente, ocupando lugares prominentes gracias a sus robustas economías y fuertes sectores industriales y de servicios. Por otro lado, departamentos como Chocó y Amazonas registran los menores puntajes, 3.36 y 3.18, reflejando desafíos significativos en casi todos los pilares del índice. Estas mediciones indican la diversidad en desarrollo y capacidades competitivas a lo largo del país y resaltan la necesidad de políticas dirigidas específicamente a mejorar las condiciones en los departamentos menos favorecidos.

Tasa de Desempleo:



Gran Encuesta Integrada de Hogares - GEIH
Fuente: DANE

En el periodo comprendido entre mayo y julio de 2024, la tasa de desempleo en el Área Metropolitana de Cúcuta, la capital de Norte de Santander, fue del 11.8%, una cifra superior al promedio nacional de 10.2% en el mismo periodo. Con una población total de 1,007,000 personas, 781,000 de estas están en edad de trabajar. La fuerza laboral activa es de 478,000 personas, de las cuales 422,000 están ocupadas y 56,000 se encuentran desocupadas, lo que refleja los desafíos persistentes en la generación de empleo estable en la región. Además, la tasa de subocupación se ubicó en 7.7%, lo que indica una considerable proporción de personas que, aunque empleadas, no tienen un trabajo acorde a sus capacidades o no trabajan las horas deseadas.

El mercado laboral de Norte de Santander también evidencia una situación compleja en cuanto a la participación laboral. La Tasa Global de Participación (TGP) es del 61.3%, lo que significa que una parte significativa de la población en edad de trabajar está fuera de la fuerza laboral activa. Esto, sumado a la alta tasa de desempleo, muestra las dificultades económicas que enfrenta el departamento, influenciado en parte por su cercanía a la frontera con Venezuela y la informalidad laboral predominante en la región.

Indicadores Culturales y Patrimonio

Eventos culturales: Existen alrededor de 20 festivales al año, pero ninguno de ellos ha logrado tener relevancia nacional o internacional.

Producción artesanal: Limitada a mercados locales y pequeños exportadores, con pocas iniciativas de promoción en mercados internacionales.

Indicadores Sociales

Departamento	2023		
	Total	Cabeceras	Centros poblados y rural disperso
Antioquia	9,5	5,9	24,2
Atlántico	12,0	11,3	25,7
Bogotá D.C.	3,6	3,6	11,7
Bolívar	18,4	14,9	28,0
Boyacá	9,9	5,4	17,0
Caldas	7,4	4,8	16,3
Caquetá	17,2	11,3	28,6
Cauca	15,8	6,8	20,9
Cesar	17,7	13,2	30,9
Córdoba	21,4	12,6	30,6

Cundinamarca	7,6	7,8	7,1
Chocó	37,4	25,5	46,4
Huila	11,9	7,2	19,1
La Guajira	42,6	23,6	61,7
Magdalena	21,4	15,9	33,0
Meta	12,9	10,6	20,2
Nariño	16,6	11,6	20,5
Norte de Santander	20,5	16,4	36,2
Quindío	7,5	6,7	13,5
Risaralda	11,8	8,8	24,0
Santander	9,8	6,6	20,7
Sucre	23,1	15,9	34,6
Tolima	12,9	8,0	23,9
Valle del Cauca	7,2	5,8	15,8
Arauca	22,8	20,7	26,6
Casanare	15,0	12,5	21,4
Putumayo	13,2	10,5	16,1
San Andrés	5,0	5,0	
Amazonas	25,4	18,6	32,6
Guainía	52,1	46,4	57,0
Guaviare	30,6	18,5	46,5
Vaupés	55,7	16,6	70,9
Vichada	65,4	33,6	75,4

En 2023, la pobreza multidimensional en Norte de Santander presentó cifras preocupantes, reflejando un desafío significativo para el departamento en comparación con la situación nacional. La tasa total de pobreza multidimensional fue del 20.5%, con una marcada disparidad entre las zonas urbanas (cabeceras), donde la tasa fue del 16.4%, y las áreas rurales dispersas, que registraron una tasa mucho más alta del 36.2%. Esta diferencia subraya la concentración de desventajas socioeconómicas en las zonas rurales, donde el acceso a servicios básicos y oportunidades económicas es considerablemente más limitado.

La pobreza multidimensional se mide en función de diversos factores como educación, salud, empleo y condiciones de vida, indicando que una gran parte de la población en Norte de Santander sufre de múltiples carencias que afectan su calidad de vida. El alto índice en áreas rurales dispersas puede atribuirse a la falta de infraestructura adecuada, servicios insuficientes y oportunidades económicas limitadas, lo cual contrasta con las zonas urbanas, donde aunque la situación es mejor, todavía hay un margen considerable para mejoras. Estos datos resaltan la necesidad urgente de políticas enfocadas en reducir las disparidades y mejorar las condiciones de vida en todo el departamento, especialmente en las comunidades rurales más aisladas.

Índice de Pobreza Multidimensional (IPM): 20,5, lo que sitúa al departamento por encima de la media nacional.

JUSTIFICACIÓN

El departamento Norte de Santander, requiere de manera prioritaria, realizar el desarrollo y consolidación de una marca región, que pueda posicionar estratégicamente los sectores productivos y la identidad regional, que sea co-creada y aceptada por la población y que permita enfrentar los problemas de baja visibilidad y proyección del departamento, tanto a nivel nacional como internacional.

El desarrollo de una estrategia sólida permitirá no solo resaltar las características únicas de la región, sino también abrir su potencial para atraer inversión y fortalecer la identidad regional. Ante un escenario de competitividad global, es esencial que Norte de Santander cuente con herramientas efectivas para posicionarse estratégicamente y así garantizar su crecimiento sostenible.

Este proyecto tiene un impacto directo en la visibilidad y atracción de inversión. Mediante campañas de marketing estratégico, se pretende destacar los atributos particulares del departamento, como su diversidad cultural y natural, posicionándolo como un destino atractivo y competitivo. La proyección de Norte de Santander a nivel nacional e internacional contribuirá significativamente a su reconocimiento en diferentes mercados, generando mayor flujo de inversionistas que potencien sus sectores productivos.

El enfoque en el desarrollo sostenible es otro pilar clave del proyecto. Norte de Santander cuenta con vastos recursos naturales y culturales que deben ser gestionados de manera responsable para garantizar su preservación a largo plazo. Promover un uso consciente y equilibrado de estos recursos no

solo permitirá que el desarrollo sea beneficioso de manera continua, sino que también mejorará la infraestructura y los servicios ofrecidos a los visitantes, haciendo que sus experiencias sean de alta calidad y competitivas en el mercado global.

Además, este proyecto será esencial para reducir las desigualdades regionales en el departamento. Las subregiones de Norte de Santander presentan disparidades significativas en términos de desarrollo económico y social. A través de esta estrategia de marca territorial, se pretende asegurar que el crecimiento y los beneficios derivados del desarrollo territorial se distribuyan de manera justa en todo el departamento. Fortalecer la economía local mediante la atracción de inversiones en áreas rezagadas permitirá no solo mejorar las condiciones de vida de las comunidades más vulnerables, sino también dinamizar la creación de empleo en sectores clave.

Por último, la marca territorial no solo atraerá visitantes, sino que también generará oportunidades para la diversificación de inversiones. Sectores emergentes como los servicios financieros, el comercio, y la gastronomía han mostrado un crecimiento significativo en Colombia, y Norte de Santander puede aprovechar esta tendencia alineándose con las políticas de diversificación económica del gobierno. Este tipo de inversiones no solo trae capital, sino que también se traduce en la generación de empleo y el desarrollo económico, como lo demuestra el impacto positivo de la Inversión Extranjera Directa (IED) en varios departamentos, incluido Norte de Santander, en años recientes.

Este proyecto fortalecerá además la identidad y el orgullo regional, promoviendo las tradiciones, cultura y valores locales. Una identidad

territorial coherente y consolidada no solo reforzará el sentido de pertenencia entre los habitantes, sino que también hará que la región sea más atractiva para los visitantes y proyectará una imagen positiva que inspire confianza y reconocimiento.

ANÁLISIS DE LOS PARTICIPANTES

Actor: Departamental
Entidad: Norte de Santander
Posición: Cooperante
Interés o expectativa: Desarrollar acciones que promuevan y consoliden al departamento de Norte de Santander a nivel nacional e internacional, posicionando estratégicamente sus sectores productivos y resaltando su patrimonio e identidad cultural.
Contribución y gestión: Financiera, Técnica y Legal.

Actor: Municipal
Entidad: Cucutilla
Posición: Cooperante
Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Gramalote
Posición: Cooperante
Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Lourdes
Posición: Cooperante
Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Salazar de Las Palmas
Posición: Cooperante
Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Santiago
Posición: Cooperante
Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Villa Caro

Posición: Cooperante
Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Cúcuta
Posición: Cooperante
Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: El Zulia
Posición: Cooperante
Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Los Patios
Posición: Cooperante

Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Puerto Santander
Posición: Cooperante
Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: San Cayetano
Posición: Cooperante
Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Villa del Rosario
Posición: Cooperante

Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Bucarasica
Posición: Cooperante
Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: El Tarra
Posición: Cooperante
Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Sardinata
Posición: Cooperante

Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Tibú
Posición: Cooperante
Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Ábrego
Posición: Cooperante
Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Cáchira
Posición: Cooperante

Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Convención
Posición: Cooperante
Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: El Carmen
Posición: Cooperante
Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Hacarí
Posición: Cooperante

Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: La Esperanza
Posición: Cooperante
Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: La Playa de Belén
Posición: Cooperante
Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Ocaña
Posición: Cooperante

Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: San Calixto
Posición: Cooperante
Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Teorama
Posición: Cooperante
Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Cácota
Posición: Cooperante

Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Chitagá
Posición: Cooperante
Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Mutiscua
Posición: Cooperante
Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Pamplona
Posición: Cooperante

Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Pamplonita
Posición: Cooperante
Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Santo Domingo de Silos
Posición: Cooperante
Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Bochalema
Posición: Cooperante

Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Chinácota
Posición: Cooperante
Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Durania
Posición: Cooperante
Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Herrán
Posición: Cooperante

Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Labateca
Posición: Cooperante
Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Ragonvalia
Posición: Cooperante
Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Toledo
Posición: Cooperante

Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Municipal
Entidad: Arboledas
Posición: Cooperante
Interés o expectativa: Contribuir a las capacidades de productividad y competitividad del municipio y el posicionamiento de sus sectores productivos.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor del proyecto.

Actor: Otro
Entidad: Sectores productivos de Norte de Santander
Posición: Beneficiario
Interés o expectativa: Aumentar sus capacidades de productividad y competitividad.
Contribución y gestión: Participar activamente en la ejecución del proyecto, siguiendo los lineamientos y directrices del proyecto.

ANÁLISIS DE LOS PARTICIPANTES

La Gobernación de Norte de Santander, a través de la ejecución del proyecto, desarrollará y consolidará una marca territorial que posiciona estratégicamente los sectores productivos y la identidad regional del departamento, esto se ha solicitado y concertado en los ejercicios del plan

de desarrollo en las mesas con las regiones, municipios, sectores y grupos poblacionales, por ello a través de la Secretaría de Desarrollo Económico y Productividad se articula la presentación del presente proyecto cumpliendo los requisitos necesarios para su aprobación.

Para garantizar la debida ejecución del proyecto la Gobernación de Norte de Santander, realizará la supervisión que dará cuentas de la ejecución física y financiera a través de informes mensuales, en ese mismo sentido se invitará a la comunidad en general a que puedan organizarse y realizar veeduría al proyecto.

Los municipios y beneficiarios participaran activamente en la ejecución del proyecto de acuerdo a las orientaciones del ejecutor que se designe en el proyecto

POBLACIÓN:

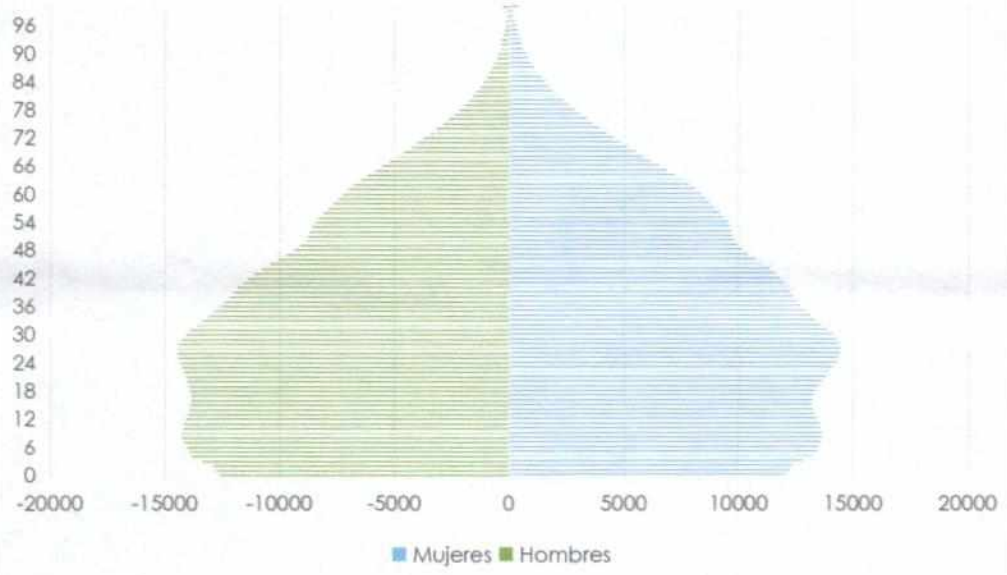
La población total del departamento de Norte de Santander se estima en 1,709,570 habitantes, según el Censo Nacional de Población y Vivienda del DANE de 2018, con actualizaciones proyectadas para 2024, tras los ajustes post-COVID. De esta población, 842,057 son hombres y 867,513 son mujeres, lo que muestra una ligera mayoría femenina, representando el 50.75% del total, frente al 49.25% correspondiente a los hombres. La distribución poblacional refleja una clara concentración urbana, ya que la cabecera municipal alberga a 1,353,250 habitantes, lo que representa el 79.16% de la población total. Por su parte, las áreas rurales y centros poblados dispersos suman 356,320 habitantes, es decir, el 20.84% restante. Esta división resalta la tendencia hacia la urbanización en el departamento, lo que debe ser un factor clave a considerar en la planificación y desarrollo de políticas públicas.

En términos de su participación en el total nacional, Norte de Santander se posiciona como el noveno departamento más poblado de Colombia, representando el 3.24% de la población total del país. Con una densidad de 78.2 habitantes por kilómetro cuadrado, el departamento tiene una distribución relativamente equilibrada, lo que le otorga una base sólida para impulsar su desarrollo. A nivel nacional, se proyecta que la población de Colombia para 2024 será de aproximadamente 52.691.440 personas, lo que subraya la importancia de Norte de Santander dentro del contexto nacional.

La estructura poblacional de Norte de Santander sigue una forma de campana, lo que refleja un bono demográfico favorable, con una proporción significativa de la población en edades productivas. Esta

estabilidad demográfica proporciona al departamento una oportunidad para aprovechar su fuerza laboral joven y promover un crecimiento económico sostenido a mediano y largo plazo. El hecho de que los primeros seis quinquenios estén equilibrados refuerza la perspectiva de contar con una oferta laboral robusta que puede dinamizar la economía regional si se generan las condiciones adecuadas.

Fuente: DANE - Censo Nacional de Población y Vivienda
Norte de Santander Proyeción 2024 - Actualización Post-covid



A nivel municipal, Cúcuta sigue siendo el principal centro poblacional del departamento, con una población estimada de 812,176 habitantes, lo que representa el 47.5% del total del departamento. Otros municipios significativos son Ocaña (7.9% de la población), Villa del Rosario (6.7%) y Los Patios (6.1%), los cuales, junto con Cúcuta, concentran el 69.2% de los habitantes de Norte de Santander. En el extremo opuesto, municipios como Cácota, Santiago, Lourdes y Mutiscua representan juntos solo el 1% de la población, lo que indica una gran disparidad en la distribución

poblacional dentro del departamento. Cúcuta y su área metropolitana siguen siendo el principal núcleo poblacional, con 1,080,961 habitantes, seguido de Ocaña, Tibú y Pamplona, consolidando a estas áreas como las de mayor influencia en términos de crecimiento demográfico.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA

Región	Departamento	Municipio	Localización Específica
Centro Oriente	Norte de Santander	Arboledas, Cucutilla, Gramalote, Lourdes, Salazar de Las Palmas, Santiago, Villa Caro, Cúcuta, El Zulia, Los Patios, Puerto Santander, San Cayetano, Villa del Rosario, Bucarasica, El Tarra, Sardinata, Tibú, Ábrego, Cáchira, Convención, El Carmen, Hacarí, La Esperanza, La Playa de Belén, Ocaña, San Calixto, Teorama, Cácota, Chitagá, Mutiscua, Pamplona, Pamplonita, Santo Domingo de Silos, Bochalema, Chinácota, Durania, Herrán, Labateca, Ragonvalia, Toledo.	Arboledas, Cucutilla, Gramalote, Lourdes, Salazar de Las Palmas, Santiago, Villa Caro, Cúcuta, El Zulia, Los Patios, Puerto Santander, San Cayetano, Villa del Rosario, Bucarasica, El Tarra, Sardinata, Tibú, Ábrego, Cáchira, Convención, El Carmen, Hacarí, La Esperanza, La Playa de Belén, Ocaña, San Calixto, Teorama, Cácota, Chitagá, Mutiscua, Pamplona, Pamplonita, Santo Domingo de Silos, Bochalema, Chinácota, Durania, Herrán, Labateca, Ragonvalia, Toledo.

MUNICPIO DE ÁBREGO

Localización:

Ábrego se encuentra en el sur del departamento de Norte de Santander, a una altitud de 1,200 metros sobre el nivel del mar. Está ubicado a 185 km de Cúcuta, en la subregión de Ocaña, lo que lo convierte en un municipio clave para la conexión entre las zonas rurales y urbanas del departamento.

Aspectos edafoclimáticos:

Ábrego presenta suelos de tipo franco-arcilloso, que son relativamente fértiles y propicios para cultivos de clima templado como café, caña de azúcar y cítricos. El clima es templado con una temperatura promedio de 20°C. La precipitación anual promedio es de 1,200 mm, distribuidas principalmente en las temporadas de abril a junio y de octubre a noviembre. Los suelos son generalmente adecuados para cultivos permanentes, pero requieren una buena gestión de agua y fertilización para mantener su productividad.

Hidrología:

El municipio es atravesado por los ríos Margua y Algodonal, que son fuentes principales para las actividades agrícolas y para el abastecimiento de agua en las zonas rurales. Sin embargo, el acceso a sistemas de riego es limitado, lo que afecta la producción agrícola en ciertas épocas del año. Durante los períodos de sequía, el caudal de los ríos se reduce significativamente, lo que impone restricciones adicionales a las actividades productivas.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Ábrego tiene una población de 30,251 habitantes, con una distribución poblacional mayoritariamente rural (56%) frente a urbana (44%). La población es joven, con una mediana de edad de 27 años, y hay una tendencia migratoria hacia centros urbanos más grandes debido a la falta de oportunidades laborales en el municipio.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Ábrego se basa principalmente en la agricultura, siendo el café el principal producto de exportación. También hay una importante producción de caña de azúcar, cítricos y otros cultivos permanentes. Sin embargo, el acceso a mercados externos es limitado debido a la falta de infraestructura vial adecuada. La ganadería extensiva también juega un papel importante en la economía local, pero enfrenta problemas de productividad y falta de tecnificación.

Vocación del uso de suelo:

La vocación del suelo en Ábrego es predominantemente agrícola, con una clara especialización en cultivos como el café, la caña de azúcar y los cítricos. Las áreas más bajas del municipio se utilizan para la ganadería extensiva. Sin embargo, la deforestación y el uso no planificado de tierras han causado problemas de erosión y degradación del suelo en algunas zonas.

Sector Agrícola:

El café es el principal cultivo en Ábrego, seguido por la caña de azúcar y los cítricos. El cultivo del café es de gran importancia para la economía

local y genera la mayor parte del empleo rural. Sin embargo, la productividad agrícola se ve limitada por la falta de acceso a tecnología y financiamiento. Otros cultivos menores incluyen maíz, frijoles y plátano, que son cultivados principalmente para el autoconsumo.

Sector Pecuario:

El sector pecuario en Ábrego está centrado en la ganadería extensiva de bovinos para carne y leche. También hay una pequeña producción de ganado caprino y porcino, aunque no a gran escala. La falta de infraestructura adecuada para la ganadería limita su expansión y la comercialización eficiente de productos derivados.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, el municipio de Ábrego cuenta con 1,745 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son de tamaño pequeño y mediano, y se dedican principalmente a la producción de café y caña de azúcar. Estas unidades enfrentan varios desafíos, como el acceso limitado a infraestructura de riego, tecnología agrícola y asistencia técnica. Además, el envejecimiento de los caficultores y la falta de relevo generacional son problemas que afectan la sostenibilidad del sector agrícola en el municipio. La falta de acceso a mercados formales también es un desafío importante, ya que muchos productores venden sus productos a intermediarios a precios bajos.

MUNICPIO DE ARBOLEDAS

Localización:

El municipio de Arboledas está ubicado en la parte occidental del departamento de Norte de Santander, a una altitud promedio de 1,700 metros sobre el nivel del mar. Su ubicación en la cordillera oriental le otorga características montañosas y acceso a climas templados y fríos, lo que favorece ciertos cultivos como el café.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de Arboledas son de tipo arcilloso con buen drenaje, lo que los hace ideales para cultivos como el café y el cacao. El clima varía de templado a frío, con temperaturas promedio de 17°C y precipitaciones que alcanzan los 1,500 mm anuales. Debido a la topografía montañosa, los suelos presentan un alto riesgo de erosión, lo que requiere prácticas agrícolas sostenibles para evitar la degradación.

Hidrología:

El río Zulia y varios de sus afluentes atraviesan el municipio, proporcionando agua para las actividades agrícolas y para el consumo humano. Sin embargo, las infraestructuras de riego son limitadas, lo que afecta la productividad agrícola durante las temporadas secas. Las quebradas menores que alimentan al río también son importantes para las pequeñas comunidades rurales.

Características demográficas:

El censo del DANE de 2018 estima que la población de Arboledas es de aproximadamente 7,306 habitantes, con una mayoría de población rural (64%). La baja densidad poblacional y la emigración hacia centros

urbanos cercanos como Cúcuta han afectado el crecimiento del municipio. La edad media de la población es de 30 años, con una gran cantidad de familias dedicadas a actividades agrícolas.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Arboledas se basa casi exclusivamente en la agricultura, siendo el café y el cacao los principales productos cultivados. El comercio local es limitado, y la mayor parte de la producción agrícola se vende en mercados regionales o a intermediarios que luego la distribuyen a otras ciudades. La ganadería también juega un papel importante en la economía rural, aunque se enfrenta a problemas de tecnificación y acceso a mercados.

Vocación del uso de suelo:

La vocación del suelo en Arboledas está centrada en la producción de café, cacao y algunos cultivos menores como la caña de azúcar. Las zonas más altas del municipio, debido a su clima frío, son apropiadas para la producción de frutales como el durazno y la mora. Las tierras más bajas y cercanas al río son utilizadas para actividades ganaderas.

Sector Agrícola:

El café es el principal cultivo en Arboledas, seguido por el cacao. Ambos productos son clave para la economía local y la generación de empleo en las zonas rurales. Las prácticas agrícolas, sin embargo, son en su mayoría tradicionales, con poca innovación tecnológica. Los agricultores enfrentan dificultades para acceder a financiación y asistencia técnica, lo que limita la expansión de su producción. Otros cultivos menores incluyen maíz, frijol y yuca, que se cultivan principalmente para el consumo familiar.

Sector Pecuario:

La ganadería en Arboledas está enfocada en la producción de leche y carne a pequeña escala. Las unidades de producción son generalmente familiares, con rebaños de tamaño limitado debido a la disponibilidad de tierra y el acceso a recursos. El pastoreo extensivo es la práctica más común, y la producción de carne y leche se destina principalmente al consumo local.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

Según el censo agropecuario del DANE 2014, el municipio de Arboledas tiene 1,190 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). Estas unidades son en su mayoría de pequeño tamaño y se dedican a la producción de café, cacao y productos agrícolas de subsistencia. La falta de infraestructura adecuada, como sistemas de riego y almacenamiento, limita la capacidad productiva de estas UPAs. Además, muchas de ellas enfrentan problemas relacionados con la baja capacitación técnica de los agricultores y el acceso limitado a mercados más competitivos. El uso de tecnologías modernas es bajo, y gran parte de las UPAs sigue utilizando métodos tradicionales de cultivo y manejo de ganado.

MUNICPIO DE BOCHALEMA

Localización:

Bochalema se encuentra en la parte suroccidental de Norte de Santander, a una altitud de aproximadamente 1,000 metros sobre el nivel del mar. Está a 42 km de Cúcuta, en una zona montañosa cercana al río Pamplonita, lo que le confiere una geografía accidentada.

Aspectos edafoclimáticos:

El municipio presenta suelos fértiles, en su mayoría franco-arcillosos, adecuados para la agricultura. El clima es templado-húmedo, con una temperatura promedio de 23°C y precipitaciones que varían entre los 1,200 y 1,500 mm anuales, distribuidas en dos estaciones lluviosas. Estos suelos fértiles son propicios para la producción de cultivos permanentes y de ciclo corto, aunque la topografía montañosa implica riesgos de erosión y dificulta el uso de maquinaria agrícola.

Hidrología:

El río Pamplonita es la principal fuente hídrica de Bochalema, y junto con sus afluentes menores, proporciona agua para actividades agrícolas y ganaderas. Sin embargo, las temporadas secas pueden causar problemas de abastecimiento en algunas zonas rurales. Las quebradas que alimentan al río también son importantes para la pequeña agricultura y el consumo local.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Bochalema tiene una población de 6,594 habitantes. La mayoría de la población vive en áreas rurales (62%), y el 38% restante en la zona urbana. La mediana de edad de la población es de 30 años, y una parte significativa de los habitantes se dedica a la agricultura y ganadería, con algunas actividades comerciales y de servicios.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Bochalema está dominada por la agricultura y la ganadería, siendo los cultivos de maíz, frutales y caña de azúcar los principales productos agrícolas. El comercio es limitado y generalmente se centra en satisfacer las necesidades locales. La ganadería de doble propósito (carne y leche) también juega un papel importante en la economía rural, pero enfrenta problemas como la falta de tecnificación y la limitada infraestructura de comercialización.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en Bochalema está orientado principalmente a la agricultura, con una gran parte de las tierras fértiles dedicadas a cultivos como el maíz, frutales (especialmente cítricos), y caña de azúcar. En las áreas más cercanas al río Pamplonita, las tierras también se utilizan para ganadería. Las zonas más montañosas tienen una vocación forestal o están destinadas al pastoreo de ganado en pequeña escala.

Sector Agrícola:

El cultivo de maíz y frutales como la naranja y el limón es fundamental en Bochalema. Los agricultores dependen de los ciclos de lluvias para su producción, y muchos de ellos practican una agricultura de subsistencia o de pequeña escala. La caña de azúcar también es cultivada para la producción de panela, un producto importante para el comercio local y regional. Sin embargo, la agricultura en Bochalema enfrenta dificultades por la falta de acceso a tecnología agrícola y a mercados formales.

Sector Pecuario:

La ganadería en Bochalema está centrada en la producción de ganado bovino de doble propósito (carne y leche). Las pequeñas explotaciones

ganaderas utilizan principalmente sistemas de pastoreo extensivo. También hay cría de porcinos y aves de corral, pero en menor escala. La falta de tecnificación en el manejo del ganado, así como las dificultades para acceder a mercados de comercialización competitivos, limitan el crecimiento del sector pecuario.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

Según el censo agropecuario del DANE 2014, Bochalema cuenta con 567 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). Estas unidades son en su mayoría pequeñas y medianas, y se dedican principalmente a la producción de maíz, frutales y productos ganaderos. La mayoría de las UPAs enfrentan problemas de infraestructura, como la falta de sistemas de riego y de almacenamiento adecuado para los productos agrícolas. Muchas de estas unidades son manejadas de manera tradicional y tienen dificultades para acceder a financiamiento y asistencia técnica. El escaso acceso a mercados competitivos también afecta los ingresos de los productores locales.

MUNICPIO DE BUCARASICA

Localización:

Bucarasica está ubicado en el norte del departamento de Norte de Santander, en una región montañosa y a una altitud promedio de 820 metros sobre el nivel del mar. Se encuentra a unos 80 km de Cúcuta, en una zona rural que presenta dificultades en cuanto a acceso vial y conectividad.

Aspectos edafoclimáticos:

El municipio presenta suelos de textura arcillosa y arenosa, con limitaciones para la producción agrícola debido a la baja fertilidad y la erosión. El clima es cálido-seco, con temperaturas que oscilan entre los 24°C y 32°C, y precipitaciones anuales que apenas alcanzan los 700 mm, lo que clasifica al área como semiárida. Estas condiciones climáticas limitan las opciones de cultivo a plantas resistentes a la sequía y sistemas de producción agrícola de bajo rendimiento.

Hidrología:

Los recursos hídricos en Bucarasica son escasos. El municipio no cuenta con grandes ríos, pero sí con varios arroyos y quebradas estacionales que abastecen algunas zonas rurales durante la temporada de lluvias. La falta de un sistema de riego adecuado es uno de los principales obstáculos para el desarrollo agrícola, y la sequía prolongada suele afectar las actividades agropecuarias.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Bucarasica tiene una población de 3,452 habitantes, lo que lo convierte en uno de los municipios menos poblados del departamento. La mayoría de la población reside en áreas rurales (70%), dedicándose principalmente a la agricultura de subsistencia y la ganadería. La baja densidad poblacional y las limitadas oportunidades económicas han generado una tendencia migratoria hacia otras ciudades y departamentos.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Bucarasica es principalmente rural y de subsistencia, con pocas oportunidades de desarrollo económico más allá de la producción agrícola y ganadera. La producción de alimentos básicos como maíz, frijol y yuca es limitada y generalmente no supera los niveles de autoconsumo. El pequeño comercio local está destinado principalmente a satisfacer las necesidades básicas de la población. La falta de infraestructura adecuada, tanto vial como de servicios públicos, ha restringido el desarrollo económico del municipio.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en Bucarasica está orientado hacia la agricultura de subsistencia y la ganadería extensiva. Los suelos áridos y la escasez de agua limitan las opciones de producción, y muchas áreas se utilizan para el pastoreo de ganado en sistemas de bajo rendimiento. Las tierras más cercanas a los pocos recursos hídricos disponibles son utilizadas para cultivos de pancoger, mientras que las zonas más alejadas y áridas se destinan principalmente a la ganadería extensiva.

Sector Agrícola:

El sector agrícola en Bucarasica es limitado debido a las condiciones climáticas y edáficas desfavorables. Los principales cultivos incluyen maíz, frijol y yuca, pero su producción es baja y se destina en su mayoría al autoconsumo. Los agricultores enfrentan problemas de acceso a agua para riego, así como la falta de infraestructura de transporte y mercados. Debido a la baja rentabilidad, la agricultura en Bucarasica es de carácter tradicional y subsistencial.

Sector Pecuario:

La ganadería es la principal actividad económica en Bucarasica, especialmente la cría de ganado bovino en sistemas extensivos. La producción de leche y carne es limitada y se destina mayormente al consumo local o a pequeños mercados cercanos. La cría de ganado porcino y avícola también está presente, aunque en menor escala. Las condiciones de sequía prolongada afectan la disponibilidad de pastos y forraje, lo que reduce la productividad ganadera.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

Según el censo agropecuario del DANE 2014, Bucarasica cuenta con 494 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son de pequeño tamaño y están orientadas hacia la agricultura de subsistencia y la ganadería extensiva. El principal reto que enfrentan estas unidades es la escasez de agua y la falta de infraestructura de riego. Además, la baja tecnificación y el limitado acceso a asistencia técnica agravan los problemas de productividad. Muchas UPAs tienen un acceso restringido a mercados, lo que limita la comercialización de sus productos y afecta los ingresos de las familias que dependen de la actividad agropecuaria.

MUNICPIO DE CÁCOTA

Localización:

El municipio de Cácota está ubicado en la región andina del departamento de Norte de Santander, a una altitud de 2,850 metros sobre el nivel del mar. Se encuentra a 60 km de Cúcuta y está rodeado de montañas, lo que le confiere una geografía escarpada. Esta ubicación en la cordillera oriental proporciona un clima frío durante todo el año.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de Cácota son de origen volcánico, con una alta fertilidad en algunas áreas, lo que los hace adecuados para el cultivo de tubérculos y hortalizas de clima frío. El clima es frío, con temperaturas que oscilan entre los 5°C y los 15°C, y precipitaciones que alcanzan los 1,800 mm anuales. Estos suelos, sin embargo, requieren prácticas agrícolas sostenibles para evitar la erosión en las áreas más montañosas.

Hidrología:

Cácota cuenta con diversos cuerpos hídricos debido a su proximidad a páramos y fuentes de agua. Ríos y quebradas menores, como el río Cácota, son fundamentales para el abastecimiento de agua potable y para el riego agrícola. La calidad y cantidad de agua son relativamente estables a lo largo del año, gracias a la influencia de los ecosistemas de páramo.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Cácota tiene una población de 3,872 habitantes, la mayoría de los cuales residen en áreas rurales (76%). La población es relativamente joven, con una mediana de edad de 28 años, y muchas familias se dedican a actividades agrícolas de subsistencia. La baja densidad poblacional y la falta de oportunidades económicas han provocado migración hacia ciudades más grandes, como Cúcuta y Pamplona.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Cácota está dominada por la agricultura, especialmente la producción de tubérculos y hortalizas. El municipio también se destaca por su producción de papa, que es el principal cultivo comercial. Sin embargo, la falta de acceso a mercados más grandes y la falta de infraestructura vial han limitado el desarrollo económico. La ganadería lechera también es una actividad importante, aunque se lleva a cabo a pequeña escala.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en Cácota está enfocado en la producción agrícola de tubérculos y hortalizas, debido a las condiciones climáticas frías y los suelos fértiles. Las áreas más altas del municipio están protegidas como páramos, lo que limita la expansión agrícola en estas zonas. Las tierras cercanas a los ríos y quebradas se utilizan para actividades ganaderas y agrícolas de ciclo corto.

Sector Agrícola:

El principal cultivo en Cácota es la papa, que se produce tanto para el consumo local como para su comercialización en mercados regionales. Otros cultivos importantes incluyen zanahoria, cebolla y otros productos de clima frío. Los agricultores enfrentan problemas de acceso a financiamiento y tecnología, lo que limita la expansión de la producción. Además, la falta de infraestructura de transporte dificulta el acceso a mercados más amplios.

Sector Pecuario:

La ganadería en Cácota se centra en la producción de leche, con pequeñas explotaciones que crían ganado bovino de razas lecheras. La

producción de leche se destina principalmente al consumo local y a la venta en pequeñas cantidades a intermediarios. La falta de infraestructura adecuada para la producción y comercialización de lácteos limita el crecimiento del sector. También hay cría de ovinos y caprinos en menor escala.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, Cácota cuenta con 720 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son de tamaño pequeño y mediano, y están dedicadas a la producción de papa y otras hortalizas. Las principales limitaciones que enfrentan las UPAs en Cácota son la falta de acceso a tecnología agrícola moderna y la escasa infraestructura para el transporte y la comercialización de productos. La mayoría de los agricultores dependen de métodos tradicionales y no tienen acceso a asistencia técnica adecuada, lo que afecta la productividad de sus tierras. Sin embargo, el potencial agrícola de Cácota es alto debido a la calidad de sus suelos y su clima favorable para ciertos cultivos.

MUNICPIO DE CÁCHIRA

Localización:

Cáchira está ubicado en la región sur-occidental de Norte de Santander, a una altitud de 1,900 metros sobre el nivel del mar, en una zona montañosa de la cordillera Oriental. Se encuentra a 155 km de Cúcuta y es un municipio agrícola que aprovecha su clima templado para la producción de alimentos.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de Cáchira son franco-arcillosos y volcánicos, de fertilidad media a alta, lo que los hace adecuados para el cultivo de papa, café y hortalizas. El clima es templado-húmedo, con temperaturas que oscilan entre los 12°C y 18°C. Las precipitaciones anuales son de 1,800 mm, distribuidas en dos estaciones lluviosas. El terreno montañoso favorece la agricultura de montaña, aunque algunas áreas requieren manejo especial para evitar la erosión.

Hidrología:

El municipio cuenta con varios ríos y quebradas, como el río Chitagá y el río Cáchira, que proporcionan agua para el riego agrícola y el consumo humano. Sin embargo, la infraestructura de riego es limitada en algunas áreas rurales, lo que afecta la productividad en ciertas temporadas secas. La abundancia de agua es un recurso importante para las actividades agrícolas del municipio.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Cáchira tiene una población de 10,090 habitantes, de los cuales el 78% reside en áreas rurales. La población es mayoritariamente joven, con una mediana de edad de 27 años. La economía se centra en la agricultura, siendo la principal fuente de empleo para la mayoría de los habitantes.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Cáchira está basada en la agricultura, con la papa y el café como los principales cultivos comerciales. El comercio local es limitado y está orientado a satisfacer las necesidades básicas de la población. La ganadería extensiva también es una actividad importante,

aunque se practica a pequeña escala. El acceso a mercados formales y financiamiento es limitado, lo que afecta el desarrollo económico del municipio.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en Cáchira está orientado hacia la agricultura de montaña, con cultivos de papa, café y hortalizas. Las tierras más fértiles cercanas a los cuerpos de agua se utilizan para la producción agrícola, mientras que las áreas montañosas más empinadas se destinan a la ganadería extensiva y a la conservación forestal. El manejo adecuado del suelo es clave para evitar la erosión y mantener la fertilidad.

Sector Agrícola:

La papa es el principal cultivo de Cáchira, seguido por el café y las hortalizas como la cebolla y la zanahoria. Los agricultores enfrentan desafíos relacionados con la falta de acceso a tecnología agrícola moderna y financiamiento, lo que limita la capacidad para aumentar la productividad. Sin embargo, las condiciones climáticas y del suelo son favorables para la producción agrícola de alta calidad.

Sector Pecuario:

La ganadería en Cáchira está orientada a la producción de carne y leche, con pequeños rebaños de ganado bovino. También se crían cerdos y aves de corral para el consumo local y el comercio en pequeña escala. La ganadería extensiva es común en las áreas montañosas, aunque enfrenta problemas relacionados con la falta de infraestructura adecuada y el acceso limitado a mercados formales.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, Cáchira cuenta con 923 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son pequeñas y medianas, dedicadas a la producción de papa, café y productos de subsistencia. Las principales limitaciones incluyen la falta de acceso a infraestructura de riego, tecnología agrícola moderna y financiamiento insuficiente. A pesar de estos desafíos, las UPAs en Cáchira tienen un alto potencial de crecimiento si se invierte en asistencia técnica e infraestructura.

MUNICPIO DE CHINÁCOTA

Localización:

Chinácota está situado en el suroccidente del departamento de Norte de Santander, a 1,175 metros sobre el nivel del mar. Se encuentra a 40 km de Cúcuta, en una zona de transición entre el clima cálido y el clima templado, lo que le permite tener una variada producción agrícola. Su cercanía a la capital del departamento y a la frontera con Venezuela lo convierte en un municipio de importancia estratégica.

Aspectos edafoclimáticos:

Chinácota presenta suelos de origen aluvial y volcánico, que son relativamente fértiles y adecuados para el cultivo de frutales y hortalizas. El clima es templado, con temperaturas que oscilan entre los 18°C y 24°C, lo que permite la producción de cultivos de clima medio. La precipitación promedio anual es de 1,300 mm, distribuida en dos temporadas lluviosas, lo

que asegura un suministro adecuado de agua para la agricultura en la mayor parte del año.

Hidrología:

El municipio cuenta con los ríos Zulia y Pamplonita, que proporcionan agua para actividades agrícolas y ganaderas. Estos cuerpos de agua, junto con sus afluentes, permiten el riego en las zonas más productivas del municipio. La calidad y disponibilidad de agua son generalmente buenas, aunque en las temporadas secas puede haber limitaciones en algunas áreas rurales.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Chinácota tiene una población de 17,198 habitantes, de los cuales el 64% reside en áreas urbanas y el 36% en zonas rurales. La población es relativamente joven, con una mediana de edad de 29 años. El municipio ha experimentado un crecimiento poblacional moderado, en parte debido a su atractivo como destino turístico y su proximidad a Cúcuta.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Chinácota está diversificada, con una fuerte presencia de la agricultura, el turismo y el comercio. Los principales cultivos son los frutales, como el durazno, la mora y el aguacate, que se comercializan tanto a nivel local como regional. El turismo también juega un papel importante en la economía del municipio, gracias a su clima agradable y su cercanía a atractivos naturales. Sin embargo, la infraestructura turística aún está en desarrollo.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en Chinácota está orientado hacia la agricultura y el turismo. Las tierras más bajas del municipio se utilizan principalmente para el cultivo de frutales, mientras que las áreas más altas y cercanas a las montañas se dedican a la ganadería y a actividades turísticas. La expansión del turismo ha generado una creciente presión sobre los recursos naturales, lo que ha llevado a la necesidad de un uso más sostenible del suelo.

Sector Agrícola:

Chinácota es reconocido por su producción de frutales, especialmente duraznos, ciruelas, aguacates y moras. Estos cultivos son el principal motor económico del municipio y generan empleo para una parte significativa de la población rural. La agricultura en Chinácota es relativamente tecnificada en comparación con otros municipios de la región, pero aún enfrenta desafíos en términos de acceso a financiamiento y mercados más amplios. Otros cultivos menores incluyen maíz y frijoles, que se destinan principalmente al autoconsumo.

Sector Pecuario:

La ganadería en Chinácota se enfoca en la producción de carne y leche, con pequeños rebaños de ganado bovino. También se crían porcinos y aves de corral, aunque en menor escala. La producción de leche se destina tanto al consumo local como a la venta en mercados cercanos. El sector ganadero enfrenta retos como la falta de tecnificación y el acceso limitado a mercados formales, lo que restringe su crecimiento.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

Según el censo agropecuario del DANE 2014, Chinácota cuenta con 988 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas unidades son pequeñas y medianas, con un enfoque en la producción de frutales. Las UPAs en Chinácota tienen un acceso relativamente mejor a tecnología agrícola y a mercados locales y regionales en comparación con otros municipios del departamento, aunque aún enfrentan desafíos en términos de financiación y asistencia técnica. Muchas UPAs han comenzado a diversificar sus actividades, combinando la producción agrícola con el turismo rural, lo que ha aumentado los ingresos de algunas familias en el municipio.

MUNICPIO DE CHITAGÁ

Localización:

Chitagá está ubicado en la región suroriental de Norte de Santander, en la cordillera Oriental, a una altitud de 2,480 metros sobre el nivel del mar. Se encuentra a 129 km de Cúcuta. Este municipio es conocido por su clima frío y su ubicación en una zona montañosa, lo que favorece la agricultura de clima frío.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de Chitagá son franco-arcillosos y volcánicos, con buena capacidad de retención de agua y alta fertilidad, lo que los hace ideales para la producción de papa, cebolla, maíz y frutales. El clima es frío-húmedo, con temperaturas que oscilan entre los 6°C y 16°C. Las precipitaciones anuales alcanzan los 1,800 mm, distribuidas en dos estaciones lluviosas. Estos suelos y el clima permiten una agricultura

diversificada y de alta calidad, aunque las áreas más montañosas requieren un manejo adecuado para evitar la erosión.

Hidrología:

El municipio es irrigado por varios ríos y quebradas, siendo el río Chitagá uno de los principales afluentes, proporcionando agua tanto para el riego agrícola como para el consumo humano. La abundancia de agua es uno de los principales recursos del municipio, aunque la infraestructura de riego en algunas áreas rurales es insuficiente, lo que afecta la productividad durante las temporadas secas.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Chitagá tiene una población de 8,297 habitantes, de los cuales el 78% reside en áreas rurales. La población es mayoritariamente joven, con una mediana de edad de 27 años. La economía del municipio se centra en la agricultura y la ganadería, siendo estas actividades las principales fuentes de empleo. Sin embargo, la migración hacia ciudades más grandes ha afectado el crecimiento poblacional.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Chitagá está basada principalmente en la agricultura, con cultivos de papa, maíz y frutales como los productos más importantes. La ganadería también juega un papel relevante, aunque se practica en pequeña escala. El comercio local es limitado y está orientado a satisfacer las necesidades básicas de la población rural. La falta de acceso a financiamiento y asistencia técnica ha restringido la capacidad de los agricultores para mejorar la productividad de sus tierras.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en Chitagá está orientado hacia la agricultura de montaña, con cultivos de papa, maíz y frutales. Las tierras más fértiles cercanas a los cuerpos de agua se utilizan para la producción agrícola, mientras que las áreas montañosas se destinan a la ganadería extensiva y la conservación forestal. La protección de las cuencas hídricas y la reforestación son esenciales para evitar la erosión y garantizar la sostenibilidad a largo plazo.

Sector Agrícola:

El cultivo de papa es la principal actividad agrícola en Chitagá, seguido por el maíz y frutales como el durazno y el aguacate. Los agricultores enfrentan desafíos relacionados con la falta de acceso a tecnología agrícola moderna y la infraestructura de riego insuficiente. Sin embargo, las condiciones climáticas y del suelo son favorables para la producción de productos de alta calidad, lo que otorga a Chitagá un alto potencial agrícola.

Sector Pecuario:

La ganadería en Chitagá está orientada a la producción de carne y leche, con pequeños rebaños de ganado bovino. También se crían cerdos y aves de corral para el consumo local y el comercio en pequeña escala. La ganadería extensiva es común en las áreas montañosas, aunque enfrenta problemas relacionados con la falta de infraestructura adecuada para el manejo del ganado y el acceso limitado a mercados formales.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, Chitagá cuenta con 902 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son pequeñas y medianas, dedicadas a la producción de papa, maíz y productos de subsistencia. Las principales limitaciones incluyen la falta de acceso a infraestructura de riego, tecnología agrícola moderna y financiamiento insuficiente. A pesar de estos desafíos, las UPAs en Chitagá tienen un alto potencial si se invierte en asistencia técnica y mejoras en la infraestructura agrícola.

MUNICPIO DE CONVENCIÓN

Localización:

Convención está ubicado en el norte del departamento de Norte de Santander, en la subregión del Catatumbo. Su altitud promedio es de 1,150 metros sobre el nivel del mar. Se encuentra a 155 km de Cúcuta y es uno de los municipios estratégicos en términos de producción agrícola en la región.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos en Convención son de tipo franco-arcillosos, con una fertilidad moderada, lo que permite la producción de una variedad de cultivos permanentes como café y cacao. El clima es tropical húmedo, con temperaturas que oscilan entre los 20°C y 24°C, y precipitaciones que alcanzan los 2,000 mm anuales. Estos suelos son propicios para el cultivo de productos tropicales, aunque requieren una buena gestión del agua y de nutrientes para mantener su productividad a largo plazo.

Hidrología:

Convención es atravesado por varios ríos y quebradas menores, siendo el río Catatumbo una de las principales fuentes hídricas que abastece el municipio. La abundancia de agua en la región ha permitido el desarrollo de sistemas de riego en algunas áreas agrícolas, aunque la infraestructura es limitada. La disponibilidad de agua es un recurso valioso para las actividades agropecuarias, pero en las zonas más alejadas puede haber restricciones en el acceso.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Convención tiene una población de 18,694 habitantes, de los cuales el 65% reside en áreas rurales. La mediana de edad de la población es de 28 años. La población ha sufrido un impacto considerable debido al conflicto armado en la región, lo que ha generado migración hacia otras zonas más seguras del departamento. Sin embargo, la estabilidad relativa en los últimos años ha permitido un lento repunte de la actividad económica.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Convención se basa principalmente en la agricultura, con el café y el cacao como principales cultivos comerciales. El comercio local está orientado a satisfacer las necesidades básicas de la población y a la venta de productos agrícolas. La infraestructura vial es deficiente, lo que dificulta el acceso a mercados más grandes y limita las oportunidades de crecimiento económico. Las actividades ganaderas y forestales también son importantes, aunque su desarrollo ha sido afectado por la falta de inversión.

Vocación del uso de suelo:

La vocación del suelo en Convención está centrada en la producción agrícola, especialmente en el cultivo de café, cacao y productos de ciclo corto como plátano y maíz. Las tierras más cercanas a las fuentes hídricas son utilizadas para cultivos permanentes, mientras que las áreas más alejadas y montañosas se utilizan para la ganadería extensiva y la reforestación. Las áreas forestales tienen un potencial significativo para proyectos de conservación y desarrollo sostenible.

Sector Agrícola:

El café y el cacao son los cultivos más importantes en Convención. La producción de estos productos genera empleo para una parte significativa de la población rural. Sin embargo, los agricultores enfrentan problemas como la falta de acceso a financiamiento, tecnología y asistencia técnica. Otros cultivos incluyen el plátano, el maíz y algunas hortalizas, que se producen principalmente para el autoconsumo y el mercado local.

Sector Pecuario:

La ganadería en Convención se basa en sistemas extensivos de cría de ganado bovino para carne y leche. La producción ganadera está limitada por la falta de infraestructura, como sistemas de riego y caminos adecuados para el transporte de productos. También se crían cerdos y aves de corral en pequeña escala, aunque estas actividades no están muy tecnificadas.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, Convención cuenta con 1,975 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son pequeñas y medianas, dedicadas principalmente a la producción de café y cacao. Las UPAs enfrentan desafíos como el acceso limitado a infraestructura y tecnología, lo que afecta la productividad y la comercialización de sus productos. La falta de caminos y transporte adecuado también limita la capacidad de las UPAs para acceder a mercados más grandes. A pesar de estos desafíos, las UPAs en Convención tienen un alto potencial de desarrollo si se invierte en infraestructura y asistencia técnica.

MUNICPIO DE CUCUTILLA

Localización:

Cucutilla se encuentra al suroeste de Cúcuta, en una región montañosa, a una altitud de 1,750 metros sobre el nivel del mar. Está ubicado a 78 km de la capital del departamento y pertenece a la subregión del occidente de Norte de Santander. La geografía escarpada del municipio lo convierte en un área propicia para la agricultura de montaña.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de Cucutilla son de textura arcillosa, con un buen drenaje, lo que permite el cultivo de café, frutas y hortalizas. El clima es frío-húmedo, con temperaturas que varían entre los 14°C y 20°C, y precipitaciones anuales de alrededor de 1,600 mm. Estas condiciones climáticas y edafológicas son ideales para la producción de café, aunque las lluvias excesivas pueden causar problemas de erosión en las áreas más montañosas.

Hidrología:

El municipio es atravesado por varios ríos y quebradas, siendo el río Zulia uno de los principales afluentes. Estas fuentes de agua proporcionan riego para las áreas agrícolas y agua potable para la población. Sin embargo, la infraestructura de riego es limitada, lo que obliga a los agricultores a depender de las lluvias estacionales para sus cultivos. Durante las temporadas secas, algunas áreas pueden experimentar problemas de abastecimiento de agua.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Cucutilla tiene una población de 5,192 habitantes, de los cuales el 75% reside en áreas rurales. La población es relativamente joven, con una mediana de edad de 30 años. La economía del municipio está fuertemente vinculada a la agricultura, y la migración hacia ciudades cercanas ha reducido la población activa en los últimos años, especialmente entre los jóvenes.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Cucutilla está centrada en la agricultura, con el café como el principal producto comercial. Los agricultores también cultivan frutales como el aguacate y cítricos, que se comercializan en mercados regionales. Sin embargo, la falta de infraestructura vial y la limitada asistencia técnica han afectado la capacidad de los productores para aumentar su productividad. El comercio local es pequeño y está orientado a satisfacer las necesidades básicas de la población.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en Cucutilla está orientado principalmente hacia la agricultura de montaña, con énfasis en la producción de café y frutas. Las tierras más bajas y cercanas a los ríos se utilizan para cultivos de ciclo corto, como hortalizas y plátano. Las zonas montañosas más alejadas se destinan a la ganadería extensiva y a la conservación de los bosques.

Sector Agrícola:

El café es el principal cultivo de Cucutilla, y la mayoría de los agricultores dependen de su producción para sus ingresos. Otros cultivos importantes incluyen aguacate, naranja y limón, que se comercializan en mercados locales y regionales. La producción agrícola en Cucutilla enfrenta varios desafíos, como la falta de acceso a tecnología moderna y la escasez de infraestructura de transporte, lo que limita la comercialización de los productos. Sin embargo, las condiciones climáticas y edafológicas ofrecen un gran potencial para mejorar la productividad.

Sector Pecuario:

La ganadería en Cucutilla está orientada principalmente a la producción de leche y carne, con pequeños rebaños de ganado bovino. La cría de cerdos y aves de corral también es común, aunque en menor escala. La ganadería en Cucutilla enfrenta problemas relacionados con la falta de infraestructura adecuada y el acceso limitado a mercados formales. La mayoría de los productos pecuarios se destinan al autoconsumo o a la venta en pequeños mercados locales.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, Cucutilla tiene 740 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). Estas UPAs son en su

mayoría pequeñas, con una fuerte dependencia de la producción de café. La falta de acceso a financiamiento y asistencia técnica limita la capacidad de las UPAs para aumentar su productividad. Además, la escasa infraestructura vial dificulta el transporte de los productos hacia los mercados, lo que afecta los ingresos de los productores. Las UPAs en Cucutilla tienen un alto potencial de crecimiento si se invierte en tecnología agrícola y en la mejora de la infraestructura de transporte.

MUNICPIO DE CÚCUTA

Localización:

Cúcuta, la capital del departamento de Norte de Santander, está ubicada en la región nororiental de Colombia, en el valle del río Pamplonita, a una altitud de 320 metros sobre el nivel del mar. Es una ciudad fronteriza con Venezuela, y se encuentra a 580 km de Bogotá. Su posición estratégica le otorga una gran importancia comercial y política en la región.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de Cúcuta son franco-arcillosos y arenosos, de origen aluvial, con una fertilidad moderada, adecuados para cultivos de ciclo corto como el maíz y el plátano. El clima es cálido-seco, con temperaturas que oscilan entre los 25°C y 35°C. Las precipitaciones anuales son de 1,000 mm, concentradas en dos estaciones lluviosas. Los suelos cercanos al río Pamplonita son fértiles, aunque la falta de agua durante la temporada seca puede limitar la productividad.

Hidrología:

El río Pamplonita es la principal fuente hídrica de Cúcuta, proporcionando agua para el consumo humano, la agricultura y la industria. Sin embargo, el río ha sufrido un deterioro ambiental por la contaminación y la deforestación en sus cuencas. Otras fuentes hídricas importantes son las quebradas y ríos menores que irrigan las zonas rurales y periurbanas de la ciudad.

Características demográficas:

Cúcuta tiene una población de 777,106 habitantes según el censo del DANE de 2018, lo que la convierte en la ciudad más grande del departamento y la sexta más poblada de Colombia. La población es relativamente joven, con una mediana de edad de 31 años, y ha experimentado un rápido crecimiento debido a la migración desde Venezuela y otras zonas afectadas por el conflicto armado en Colombia.

Aspectos socioeconómicos:

Cúcuta es un importante centro económico de la región, con una economía diversificada basada en el comercio, la industria y los servicios. Su ubicación fronteriza con Venezuela ha sido clave en su desarrollo comercial, aunque el cierre intermitente de la frontera ha generado inestabilidad económica. El sector de la construcción también ha crecido significativamente en los últimos años, y el comercio binacional sigue siendo vital para su economía.

La industria en Cúcuta está dominada por la producción de cemento, ladrillos, textiles y productos agroindustriales. Sin embargo, la ciudad enfrenta altos índices de informalidad laboral y desempleo debido a la inestabilidad económica en la región fronteriza.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en Cúcuta está mayormente orientado hacia el desarrollo urbano e industrial. Sin embargo, en las áreas rurales y periurbanas, la agricultura sigue siendo una actividad importante, con el cultivo de plátano, maíz y hortalizas. Las áreas más cercanas al río Pamplonita y sus afluentes son utilizadas para la agricultura de ciclo corto. La expansión urbana ha limitado el espacio destinado a la agricultura en las últimas décadas.

Sector Agrícola:

Aunque la agricultura no es la principal actividad económica en Cúcuta, sigue siendo importante en las zonas rurales del municipio. Los principales cultivos son el plátano, el maíz y hortalizas como el tomate y la cebolla. Estos productos son consumidos localmente y también se comercializan en los mercados regionales. La falta de infraestructura de riego adecuada y la escasez de agua durante la temporada seca son los principales desafíos que enfrentan los agricultores de la región.

Sector Pecuario:

La ganadería en Cúcuta está orientada a la producción de carne y leche, con pequeños y medianos rebaños de ganado bovino. También se crían cerdos y aves de corral en menor escala, destinados principalmente al consumo local. La ganadería extensiva es común en las áreas rurales del municipio, pero enfrenta limitaciones debido a la falta de infraestructura adecuada y la presión de la expansión urbana.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

Según el censo agropecuario del DANE 2014, Cúcuta cuenta con 1,356 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son pequeñas y medianas, dedicadas a la producción de plátano, maíz y hortalizas, además de la cría de ganado. Las principales limitaciones que enfrentan las UPAs incluyen la falta de acceso a tecnología moderna, infraestructura de riego deficiente y el acceso limitado a financiamiento. A pesar de esto, las UPAs en Cúcuta tienen potencial para crecer si se mejora la infraestructura y se brinda asistencia técnica adecuada.

MUNICPIO DE DURANIA

Localización:

Durania se encuentra en el centro-occidente del departamento de Norte de Santander, a una altitud de aproximadamente 1,050 metros sobre el nivel del mar. Está ubicado a 52 km de Cúcuta y forma parte de la subregión occidental del departamento. La geografía del municipio es montañosa, con valles fértiles, lo que favorece la actividad agrícola.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de Durania son arcillosos y fértiles, adecuados para el cultivo de café, caña de azúcar y frutales. El clima es templado-húmedo, con temperaturas promedio que varían entre los 18°C y 22°C. Las precipitaciones anuales alcanzan los 1,200 mm, concentradas en las dos estaciones lluviosas (abril-mayo y septiembre-noviembre). Las características edafológicas permiten la producción de cultivos

permanentes y de ciclo corto, aunque la pendiente de algunas áreas montañosas puede ser un desafío para el uso de maquinaria agrícola.

Hidrología:

Durania cuenta con varias fuentes hídricas, entre ellas los ríos Pamplonita y Zulia, que proporcionan agua para riego y consumo humano. También existen diversas quebradas que abastecen las zonas rurales. Sin embargo, el acceso al agua en algunas áreas puede ser limitado debido a la escasez de infraestructura de riego. La calidad del agua es generalmente buena, y su disponibilidad ha permitido el desarrollo de la agricultura en las zonas cercanas a los ríos.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Durania tiene una población de 4,045 habitantes, de los cuales el 70% reside en áreas rurales. La población es mayormente joven, con una mediana de edad de 29 años. La agricultura es la principal fuente de empleo, y muchos jóvenes emigran a ciudades cercanas en busca de mejores oportunidades laborales. La población ha disminuido levemente en los últimos años debido a la migración.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Durania se basa en la agricultura, con una fuerte dependencia de la producción de café y frutales. El comercio local es limitado, y la infraestructura vial es insuficiente para acceder a mercados más amplios, lo que restringe el crecimiento económico. La ganadería también es una actividad importante, aunque se realiza a pequeña escala. La falta de acceso a tecnología y financiamiento limita la capacidad de los agricultores para expandir su producción.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en Durania está orientado principalmente hacia la agricultura, con una vocación de producción de café, caña de azúcar y frutales. Las tierras cercanas a los cuerpos de agua son utilizadas para la producción agrícola, mientras que las áreas más montañosas se destinan a la ganadería extensiva. Existe un potencial significativo para proyectos de reforestación y conservación de cuencas hídricas, dado que algunas zonas han sido degradadas por el uso no planificado del suelo.

Sector Agrícola:

El cultivo de café es la principal actividad agrícola en Durania, seguido por la producción de caña de azúcar y frutas como el aguacate y los cítricos. Los agricultores enfrentan problemas de acceso a financiamiento y tecnología, lo que limita su capacidad para aumentar la productividad. Sin embargo, las condiciones climáticas y del suelo son favorables para estos cultivos, y existe un gran potencial para mejorar la producción mediante el uso de técnicas modernas y la diversificación de los productos.

Sector Pecuario:

La ganadería en Durania está orientada a la producción de leche y carne, con pequeños rebaños de ganado bovino. También se crían cerdos y aves de corral, aunque en menor escala. La producción ganadera se enfrenta a problemas como la falta de infraestructura de riego para los pastizales y el acceso limitado a mercados formales. La mayoría de los productos pecuarios se destinan al consumo local o a la venta en mercados cercanos.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, Durania cuenta con 590 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). Estas UPAs son principalmente pequeñas y medianas, con un enfoque en la producción de café y frutales. Las principales limitaciones que enfrentan las UPAs en Durania incluyen la falta de acceso a tecnología agrícola moderna, la infraestructura de transporte y riego deficiente, y la falta de financiamiento. A pesar de estos desafíos, las UPAs en Durania tienen un gran potencial para mejorar la productividad si se invierte en infraestructura y asistencia técnica.

MUNICPIO DE EL CARMEN

Localización:

El Carmen está situado en el norte de Norte de Santander, a 400 metros sobre el nivel del mar, en la subregión del Catatumbo. Se encuentra a 163 km de Cúcuta. Su ubicación en una zona de transición entre la llanura y la cordillera oriental lo convierte en un municipio con una gran diversidad climática y de suelos.

Aspectos edafoclimáticos:

El Carmen presenta suelos arcillosos y de buena fertilidad, lo que permite la producción de cultivos como el cacao y el café. El clima es tropical húmedo, con temperaturas que oscilan entre los 22°C y 28°C. Las precipitaciones anuales alcanzan los 2,300 mm, con dos temporadas lluviosas importantes. Las áreas más bajas son propicias para el cultivo de cacao y otros productos tropicales, mientras que las zonas más montañosas se utilizan para la producción de café.

Hidrología:

El municipio es atravesado por varios ríos y quebradas, siendo el río Catatumbo uno de los principales afluentes. La abundancia de agua ha permitido el desarrollo de sistemas de riego en algunas áreas agrícolas, aunque muchas zonas rurales carecen de infraestructura adecuada para la gestión del agua. Las fuentes hídricas también son fundamentales para el consumo humano y la ganadería, y juegan un papel clave en la preservación de los ecosistemas locales.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, El Carmen tiene una población de 14,083 habitantes, de los cuales el 74% reside en áreas rurales. La población es mayoritariamente joven, con una mediana de edad de 27 años. Las actividades agrícolas y ganaderas son las principales fuentes de empleo, aunque la migración hacia otras ciudades es común debido a la falta de oportunidades económicas en el municipio.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de El Carmen está centrada en la producción agrícola, con el cacao y el café como los principales productos comerciales. El comercio local es limitado, y la infraestructura vial es insuficiente para acceder a mercados más amplios. La actividad ganadera también es importante, aunque se realiza a pequeña escala. La falta de acceso a tecnología y financiamiento limita la capacidad de los productores para aumentar su productividad. La presencia de grupos armados en la región también ha afectado el desarrollo económico y social del municipio.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en El Carmen está orientado principalmente hacia la agricultura, con un enfoque en la producción de cacao y café. Las tierras cercanas a los cuerpos de agua son utilizadas para cultivos permanentes, mientras que las áreas montañosas se destinan a la ganadería extensiva. La vocación forestal también es significativa, especialmente en las zonas más alejadas y montañosas, lo que ofrece oportunidades para proyectos de conservación y manejo sostenible de los recursos naturales.

Sector Agrícola:

El cacao y el café son los principales cultivos de El Carmen, y ambos productos juegan un papel crucial en la economía del municipio. La producción de cacao es de gran importancia, ya que genera empleo para una parte significativa de la población rural. Sin embargo, los agricultores enfrentan desafíos como la falta de acceso a financiamiento y asistencia técnica, lo que limita la expansión de su producción. Otros cultivos incluyen plátano, maíz y productos de ciclo corto, que se producen para el autoconsumo y el mercado local.

Sector Pecuario:

La ganadería en El Carmen está enfocada en la producción de carne y leche, con pequeños rebaños de ganado bovino. La cría de cerdos y aves de corral también es común, aunque en menor escala. La ganadería extensiva es la práctica más común, pero enfrenta problemas de productividad debido a la falta de infraestructura y la escasez de agua durante la temporada seca. La mayoría de los productos pecuarios se destinan al consumo local o a la venta en mercados cercanos.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, El Carmen cuenta con 1,630 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). Estas UPAs son en su mayoría pequeñas y medianas, y se dedican principalmente a la producción de cacao y café. Las principales limitaciones que enfrentan las UPAs incluyen la falta de acceso a tecnología agrícola moderna, la falta de infraestructura para el riego y el transporte, y la falta de financiamiento. A pesar de estos desafíos, las UPAs en El Carmen tienen un gran potencial para mejorar su productividad si se invierte en asistencia técnica y en la mejora de la infraestructura.

MUNICPIO DE EL TARRA

Localización:

El Tarra está ubicado en el norte de Norte de Santander, en la subregión del Catatumbo, a una altitud promedio de 450 metros sobre el nivel del mar. Se encuentra a 193 km de Cúcuta, en una región selvática con una importante biodiversidad y cercanía a la frontera con Venezuela.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de El Tarra son arcillosos y de moderada fertilidad, propicios para el cultivo de productos tropicales como el cacao, el plátano y el café. El clima es tropical húmedo, con temperaturas que oscilan entre los 22°C y 30°C. Las precipitaciones anuales son altas, alcanzando los 2,500 mm, con dos estaciones lluviosas importantes. La humedad y la precipitación abundante favorecen la agricultura, aunque también causan problemas de erosión en áreas montañosas.

Hidrología:

El municipio es atravesado por varios ríos y quebradas, siendo el río Catatumbo el más importante. Estos cuerpos de agua son esenciales para las actividades agrícolas, ganaderas y el abastecimiento humano. Sin embargo, la falta de infraestructura de riego en muchas áreas rurales limita el uso eficiente del agua para la producción agrícola. La calidad del agua es generalmente buena, aunque la deforestación ha causado algunos problemas de sedimentación.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, El Tarra tiene una población de 11,947 habitantes, de los cuales el 78% reside en áreas rurales. La población es mayoritariamente joven, con una mediana de edad de 26 años. Las actividades agrícolas son la principal fuente de empleo, aunque la presencia de conflictos armados ha afectado la estabilidad del municipio y ha generado desplazamientos de la población hacia otras áreas.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de El Tarra está centrada en la agricultura, con el cultivo de cacao, plátano y café como los principales productos comerciales. El comercio local es limitado debido a la lejanía del municipio y las dificultades de transporte. La actividad ganadera también es importante, pero se realiza a pequeña escala. La inestabilidad generada por la presencia de grupos armados y la falta de inversión en infraestructura han limitado el desarrollo económico del municipio.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en El Tarra está orientado hacia la agricultura y la ganadería extensiva. Las tierras cercanas a los cuerpos de agua son utilizadas para cultivos permanentes, como cacao y plátano, mientras que las áreas más montañosas se destinan a la ganadería extensiva. La región tiene una vocación forestal importante, pero la deforestación y la degradación del suelo han limitado el potencial de conservación y uso sostenible.

Sector Agrícola:

El cacao y el plátano son los principales cultivos de El Tarra. Estos productos juegan un papel clave en la economía local, ya que generan empleo para una parte significativa de la población rural. Los agricultores enfrentan problemas de acceso a financiamiento, tecnología y mercados formales, lo que limita su capacidad para aumentar la productividad. Otros cultivos incluyen maíz, yuca y productos de ciclo corto, que se producen principalmente para el autoconsumo.

Sector Pecuario:

La ganadería en El Tarra está orientada principalmente a la producción de carne, con pequeños rebaños de ganado bovino. También se crían cerdos y aves de corral en menor escala. La ganadería extensiva es la práctica más común, pero enfrenta problemas relacionados con la falta de infraestructura adecuada y el acceso limitado a mercados formales. La mayoría de los productos pecuarios se destinan al consumo local o a la venta en pequeños mercados cercanos.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, El Tarra cuenta con 1,845 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son pequeñas y medianas, dedicadas a la producción de cacao, plátano y productos de subsistencia. Las principales limitaciones que enfrentan las UPAs incluyen la falta de acceso a infraestructura de transporte y riego, la ausencia de financiamiento y el limitado acceso a mercados formales. A pesar de estos desafíos, las UPAs en El Tarra tienen un gran potencial si se invierte en infraestructura y asistencia técnica.

MUNICPIO DE EL ZULIA

Localización:

El Zulia está ubicado en la parte nororiental del departamento de Norte de Santander, a solo 18 km de Cúcuta, la capital departamental. El municipio se encuentra a una altitud de 320 metros sobre el nivel del mar, en una región de planicie y colinas. Su cercanía a Cúcuta lo convierte en un municipio de importancia estratégica para el comercio y la agricultura.

Aspectos edafoclimáticos:

El Zulia presenta suelos aluviales y arcillosos, adecuados para el cultivo de productos de ciclo corto como maíz, plátano y arroz. El clima es cálido-seco, con temperaturas promedio de 28°C y precipitaciones anuales de 1,200 mm, distribuidas en dos temporadas lluviosas. Las condiciones climáticas favorecen el desarrollo agrícola, aunque la disponibilidad de agua puede ser un problema durante las temporadas secas.

Hidrología:

El río Zulia atraviesa el municipio y es la principal fuente hídrica para las actividades agrícolas y el consumo humano. Las quebradas y arroyos menores también juegan un papel importante en la provisión de agua para riego. La calidad del agua es buena, aunque la contaminación por prácticas agrícolas no sostenibles puede ser un problema en ciertas áreas.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, El Zulia tiene una población de 30,458 habitantes, de los cuales el 55% reside en áreas urbanas. La población ha crecido en los últimos años debido a su cercanía con Cúcuta y al desarrollo de actividades comerciales y agrícolas. La población es relativamente joven, con una mediana de edad de 30 años, y una gran parte de la población está empleada en la agricultura o en el comercio.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de El Zulia está diversificada, con una fuerte presencia de la agricultura, el comercio y los servicios. Los cultivos más importantes son el maíz, el plátano y el arroz, que se comercializan tanto a nivel local como regional. La cercanía con Cúcuta ha fomentado el crecimiento del comercio, y muchas personas viajan diariamente a la capital para trabajar. Sin embargo, la infraestructura vial y de transporte aún presenta limitaciones, lo que afecta la eficiencia del comercio y el acceso a mercados más amplios.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en El Zulia está orientado principalmente hacia la agricultura y la ganadería extensiva. Las tierras cercanas al río Zulia son utilizadas para la producción de cultivos de ciclo corto, como maíz y arroz,

mientras que las áreas más alejadas y montañosas se destinan a la ganadería. Las zonas periurbanas han experimentado una creciente presión debido a la expansión urbana de Cúcuta, lo que ha reducido el área disponible para la agricultura.

Sector Agrícola:

El maíz, el plátano y el arroz son los principales cultivos en El Zulia. La agricultura en el municipio es relativamente tecnificada en comparación con otros municipios del departamento, y muchos agricultores tienen acceso a sistemas de riego y financiamiento. Sin embargo, la falta de infraestructura de transporte limita el acceso a mercados más amplios. Otros cultivos importantes incluyen frijol, yuca y productos de ciclo corto, que se destinan principalmente al mercado local.

Sector Pecuario:

La ganadería en El Zulia se centra en la producción de carne y leche, con pequeños y medianos rebaños de ganado bovino. También se crían cerdos y aves de corral en menor escala. La ganadería extensiva es común, pero enfrenta problemas relacionados con la falta de infraestructura para el manejo adecuado de los animales y el acceso limitado a mercados formales. La producción de carne y leche se comercializa principalmente en Cúcuta y en otros municipios cercanos.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, El Zulia cuenta con 1,355 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son pequeñas y medianas, y se dedican principalmente a la producción de maíz, plátano y arroz. Las principales limitaciones que

enfrentan las UPAs en El Zulia incluyen la falta de acceso a mercados formales, infraestructura de transporte deficiente y la falta de financiamiento. Sin embargo, la proximidad a Cúcuta ofrece oportunidades significativas para el crecimiento económico si se mejora la infraestructura y se promueve el acceso a mercados más amplios.

MUNICPIO DE GRAMALOTE

Localización:

Gramalote está ubicado en el centro-occidente de Norte de Santander, a una altitud de 1,040 metros sobre el nivel del mar. Se encuentra a 45 km de Cúcuta. El municipio sufrió un colapso en 2010 debido a un deslizamiento de tierra, lo que llevó a su reubicación en una nueva área cercana a la original.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de Gramalote son mayormente de origen aluvial, con características arcillosas y arenosas que varían en su fertilidad. El clima es templado-húmedo, con una temperatura promedio de 21°C. La precipitación anual es de 1,200 mm, lo que permite el desarrollo de actividades agrícolas. Sin embargo, el riesgo de deslizamientos de tierra es alto debido a la topografía accidentada y a la naturaleza inestable de los suelos en algunas áreas.

Hidrología:

El río Zulia es una de las principales fuentes hídricas del municipio, proporcionando agua para las actividades agrícolas y el consumo humano. Además, hay varias quebradas que alimentan a las zonas rurales y permiten el desarrollo de la agricultura de riego en algunas áreas. Sin embargo, la calidad del agua puede estar comprometida por la contaminación debido a la actividad agrícola y la deforestación.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Gramalote tiene una población de 5,839 habitantes. Debido a los desastres naturales que afectaron al municipio en 2010, una parte importante de su población emigró. La mayoría de los habitantes residen en áreas rurales (66%) y se dedican a la agricultura y ganadería. La población es mayoritariamente joven, con una mediana de edad de 29 años.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Gramalote está basada principalmente en la agricultura, con cultivos de café, caña de azúcar y cítricos como las principales actividades. La ganadería extensiva también es común, aunque se realiza en menor escala. El comercio es limitado debido al tamaño pequeño de la población y a la reubicación reciente del municipio. La infraestructura vial y de transporte está en proceso de mejora tras el desastre natural.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en Gramalote está orientado hacia la producción agrícola, especialmente el cultivo de café y caña de azúcar. Las tierras más bajas cercanas al río Zulia son utilizadas para la producción de cultivos de ciclo corto, como maíz y hortalizas, mientras que las áreas más montañosas se

destinan a la ganadería y la reforestación. La vocación forestal es importante en la región debido a la necesidad de proteger las cuencas hídricas y evitar la erosión.

Sector Agrícola:

El café es el principal cultivo en Gramalote, seguido por la caña de azúcar y cítricos como la naranja y el limón. La agricultura enfrenta desafíos como la falta de acceso a tecnología moderna y la infraestructura de transporte deficiente. La reubicación del municipio ha creado nuevas oportunidades para la expansión agrícola, pero también ha generado incertidumbre entre los agricultores, que todavía están adaptándose a la nueva ubicación.

Sector Pecuario:

La ganadería en Gramalote está orientada a la producción de leche y carne, con pequeños rebaños de ganado bovino. La ganadería extensiva es común en las zonas montañosas, donde el terreno accidentado limita el uso de maquinaria moderna. También se crían cerdos y aves de corral en menor escala. La producción pecuaria está orientada principalmente al consumo local, con una parte de la producción destinada a mercados cercanos como Cúcuta.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, Gramalote cuenta con 722 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son pequeñas y medianas, dedicadas a la producción de café, caña de azúcar y productos de subsistencia. Las principales limitaciones que enfrentan las UPAs incluyen la falta de infraestructura adecuada,

acceso limitado a tecnología y financiamiento, y problemas relacionados con la inestabilidad de los suelos en algunas áreas. A pesar de estos desafíos, el potencial agrícola de Gramalote es alto debido a la calidad de sus suelos y al clima favorable para el cultivo de café.

MUNICPIO DE HACARÍ

Localización:

Hacarí está situado en el norte del departamento de Norte de Santander, en la subregión del Catatumbo. Se encuentra a una altitud de 800 metros sobre el nivel del mar, en una región montañosa y selvática. Está a 170 km de Cúcuta, en una zona afectada por el conflicto armado, lo que ha dificultado su desarrollo económico.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de Hacarí son mayormente arcillosos, con una fertilidad moderada, lo que permite el cultivo de productos tropicales como el plátano, el cacao y el café. El clima es tropical-húmedo, con temperaturas que oscilan entre los 22°C y 28°C. Las precipitaciones anuales son altas, alcanzando los 2,200 mm, con dos estaciones lluviosas. Las condiciones edafoclimáticas son favorables para la producción agrícola, aunque la topografía montañosa presenta desafíos para la mecanización.

Hidrología:

El municipio está atravesado por varios ríos y quebradas, como el río Catatumbo, que proporcionan agua para las actividades agrícolas y

ganaderas. La abundancia de agua es un recurso vital para las zonas rurales, pero la infraestructura de riego es limitada y las prácticas agrícolas no siempre son sostenibles. La calidad del agua puede estar comprometida debido a la deforestación y la actividad minera informal en la región.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Hacarí tiene una población de 8,336 habitantes, de los cuales el 76% reside en áreas rurales. La población es mayoritariamente joven, con una mediana de edad de 26 años. Las actividades agrícolas y ganaderas son las principales fuentes de empleo, pero el municipio ha experimentado desplazamientos de población debido al conflicto armado y la falta de oportunidades económicas.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Hacarí está basada en la agricultura, con el cultivo de plátano, cacao y café como los principales productos comerciales. Sin embargo, la inestabilidad en la región ha afectado el desarrollo económico del municipio. La infraestructura vial es deficiente y limita el acceso a mercados. La ganadería también es una actividad importante, aunque se realiza a pequeña escala. La presencia de grupos armados y la falta de inversión en infraestructura han dificultado el crecimiento económico de Hacarí.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en Hacarí está orientado hacia la agricultura y la ganadería extensiva. Las tierras más bajas cercanas a los cuerpos de agua son utilizadas para cultivos permanentes, mientras que las áreas

montañosas se destinan a la ganadería. La vocación forestal es significativa, pero la deforestación ha afectado gravemente los ecosistemas locales, lo que ha reducido el potencial de conservación y uso sostenible de los recursos naturales.

Sector Agrícola:

El plátano, el cacao y el café son los principales cultivos en Hacarí. Estos productos son esenciales para la economía local y generan empleo para la población rural. Sin embargo, los agricultores enfrentan problemas de acceso a tecnología, financiamiento y mercados formales. Otros cultivos incluyen maíz y productos de ciclo corto, que se destinan principalmente al autoconsumo.

Sector Pecuario:

La ganadería en Hacarí está orientada a la producción de carne y leche, con pequeños rebaños de ganado bovino. La ganadería extensiva es la práctica más común, pero enfrenta problemas relacionados con la falta de infraestructura para el manejo adecuado del ganado y el acceso limitado a mercados formales. También se crían cerdos y aves de corral en menor escala, destinados al consumo local.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, Hacarí cuenta con 1,073 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son pequeñas y medianas, dedicadas a la producción de plátano, cacao y productos de subsistencia. Las principales limitaciones incluyen la falta de infraestructura para el riego, el transporte y el financiamiento, así como el acceso limitado a tecnología agrícola. La inestabilidad de la

región también ha afectado negativamente la productividad de las UPAs, aunque el potencial agrícola es significativo si se mejoran las condiciones de seguridad y se invierte en infraestructura.

MUNICPIO DE HERRÁN

Localización:

Herrán está ubicado en la región suroriental del departamento de Norte de Santander, en una zona montañosa de la cordillera Oriental, a una altitud de 1,720 metros sobre el nivel del mar. Se encuentra a 140 km de Cúcuta, en la frontera con Venezuela. La geografía montañosa favorece el desarrollo de cultivos de clima frío.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de Herrán son fértiles y franco-arcillosos, adecuados para la producción de cultivos de clima frío como el café, la papa y hortalizas. El clima es frío-moderado, con temperaturas que oscilan entre los 12°C y 18°C. Las precipitaciones son moderadas, con un promedio de 1,800 mm anuales, concentradas en dos estaciones lluviosas. Las características de los suelos y el clima proporcionan buenas condiciones para la agricultura, aunque el terreno montañoso dificulta el uso de maquinaria moderna.

Hidrología:

El municipio es irrigado por varias quebradas y arroyos que nacen en los páramos cercanos, los cuales suministran agua tanto para el consumo humano como para las actividades agrícolas. Sin embargo, la infraestructura de riego es limitada, lo que puede restringir la productividad

durante la temporada seca. La conservación de las cuencas hídricas es crucial para mantener la estabilidad ecológica de la región.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Herrán tiene una población de 4,382 habitantes, de los cuales el 75% reside en áreas rurales. La población es mayoritariamente joven, con una mediana de edad de 28 años, y está dedicada principalmente a la agricultura. La migración hacia otras zonas, especialmente a Cúcuta y a Venezuela, ha afectado el crecimiento poblacional del municipio.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Herrán está basada principalmente en la agricultura, con el café y las hortalizas como los principales productos comerciales. La infraestructura vial es deficiente, lo que limita el acceso a mercados más amplios, y las oportunidades de empleo son escasas, lo que ha contribuido a la migración de la población joven. La ganadería también es importante, aunque en menor escala, y el comercio local está orientado principalmente a satisfacer las necesidades básicas de la población.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en Herrán está orientado hacia la agricultura de montaña, con cultivos como el café, la papa y hortalizas. Las tierras más altas están protegidas como zonas de páramo, mientras que las áreas más bajas y cercanas a las fuentes hídricas se utilizan para cultivos permanentes y de ciclo corto. El manejo sostenible del suelo es necesario debido a los riesgos de erosión en las áreas montañosas.

Sector Agrícola:

El café es el principal cultivo de Herrán, seguido por la papa y hortalizas como la cebolla y la zanahoria. La agricultura en el municipio es de pequeña escala, con una dependencia significativa de las lluvias para la irrigación de los cultivos. Los agricultores enfrentan dificultades relacionadas con la falta de acceso a tecnología moderna y financiamiento. Además, la infraestructura de transporte deficiente dificulta el acceso a mercados formales, lo que limita los ingresos de los productores.

Sector Pecuario:

La ganadería en Herrán está centrada en la producción de leche y carne, con pequeños rebaños de ganado bovino. También se crían cerdos y aves de corral para el autoconsumo y el mercado local. La ganadería extensiva es común, aunque enfrenta problemas de productividad debido a la falta de infraestructura adecuada para el manejo del ganado. La mayor parte de la producción pecuaria se destina al consumo local.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, Herrán cuenta con 566 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). Estas UPAs son en su mayoría pequeñas, con una fuerte dependencia de la producción de café y hortalizas. Las principales limitaciones incluyen el acceso limitado a tecnología agrícola, la falta de infraestructura de transporte y riego, y la falta de financiamiento. A pesar de estos desafíos, las UPAs en Herrán tienen un gran potencial si se invierte en asistencia técnica y mejora de la infraestructura.

MUNICPIO DE LA ESPERANZA

Localización:

La Esperanza está ubicada en la subregión de Ocaña, en el sur de Norte de Santander, a una altitud promedio de 700 metros sobre el nivel del mar. El municipio se encuentra a 220 km de Cúcuta, en una zona caracterizada por valles fértiles y montañas, lo que favorece la producción agrícola.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos en La Esperanza son mayormente franco-arcillosos, con una buena capacidad de retención de humedad, lo que los hace aptos para la producción de cultivos permanentes como el café, el cacao y la caña de azúcar. El clima es cálido-templado, con temperaturas que oscilan entre los 24°C y 30°C. Las precipitaciones anuales alcanzan los 1,400 mm, con dos estaciones lluviosas importantes. Las condiciones edafoclimáticas son favorables para la agricultura, aunque las temporadas secas pueden afectar la productividad si no se cuenta con sistemas de riego adecuados.

Hidrología:

El municipio es atravesado por varios ríos y quebradas, siendo el río Catatumbo uno de los más importantes. Estos cuerpos de agua son utilizados para el riego de los cultivos y el consumo humano. Sin embargo, la infraestructura de riego es limitada, lo que restringe la capacidad de los agricultores para expandir su producción durante la temporada seca. La calidad del agua es generalmente buena, aunque la deforestación ha causado problemas de sedimentación en algunas áreas.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, La Esperanza tiene una población de 8,631 habitantes, de los cuales el 74% reside en áreas rurales. La población es mayoritariamente joven, con una mediana de edad de 27 años, y está dedicada principalmente a la agricultura y la ganadería. La migración hacia ciudades más grandes en busca de mejores oportunidades laborales ha reducido la población activa en las últimas décadas.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de La Esperanza está basada en la agricultura, con el café, el cacao y la caña de azúcar como los principales cultivos comerciales. El comercio es limitado debido a la lejanía del municipio y a la falta de infraestructura vial adecuada. La ganadería también es una actividad importante, aunque se realiza en pequeña escala. La falta de acceso a financiamiento y asistencia técnica ha afectado la capacidad de los productores para mejorar la productividad de sus tierras.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en La Esperanza está orientado hacia la agricultura y la ganadería extensiva. Las tierras cercanas a los cuerpos de agua son utilizadas para cultivos permanentes, como el café y el cacao, mientras que las áreas montañosas se destinan a la ganadería. La vocación forestal también es significativa, pero la deforestación ha reducido la cobertura vegetal en algunas áreas, lo que ha generado problemas de erosión y afectado los recursos hídricos.

Sector Agrícola:

El café y el cacao son los principales cultivos en La Esperanza, seguidos por la caña de azúcar. Estos productos son esenciales para la economía local y generan empleo para la población rural. Sin embargo, la falta de acceso a tecnología agrícola moderna y la escasa infraestructura de transporte limitan la capacidad de los agricultores para comercializar sus productos en mercados más amplios. Otros cultivos incluyen plátano, maíz y productos de subsistencia, que se destinan principalmente al consumo local.

Sector Pecuario:

La ganadería en La Esperanza está orientada a la producción de carne y leche, con pequeños rebaños de ganado bovino. La ganadería extensiva es la práctica más común, pero enfrenta problemas relacionados con la falta de infraestructura adecuada para el manejo del ganado y el acceso limitado a mercados formales. También se crían cerdos y aves de corral en menor escala. La mayor parte de la producción pecuaria se destina al consumo local o a la venta en mercados cercanos.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, La Esperanza cuenta con 1,240 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son pequeñas y medianas, dedicadas principalmente a la producción de café y cacao. Las principales limitaciones que enfrentan las UPAs incluyen la falta de acceso a financiamiento, tecnología agrícola y asistencia técnica, así como la infraestructura de transporte deficiente. A pesar de estos desafíos, las UPAs en La Esperanza tienen un gran potencial si se invierte en infraestructura y mejora del acceso a mercados formales.

MUNICPIO DE LA PLAYA DE BELÉN

Localización:

La Playa de Belén está ubicada en la subregión de Ocaña, en el suroeste del departamento de Norte de Santander. Se encuentra a una altitud de 1,450 metros sobre el nivel del mar, a 234 km de Cúcuta. Su ubicación en la cordillera oriental le otorga un clima agradable y paisajes montañosos que favorecen el turismo y la agricultura.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de La Playa de Belén son de origen volcánico, con una alta fertilidad, adecuados para el cultivo de café, frutales y hortalizas. El clima es templado-húmedo, con temperaturas que oscilan entre los 16°C y 22°C. La precipitación anual alcanza los 1,600 mm, concentrada en dos temporadas lluviosas. Los suelos, en combinación con las condiciones climáticas, son ideales para la agricultura de montaña, aunque las pendientes empinadas en algunas áreas dificultan la mecanización.

Hidrología:

El municipio es irrigado por varias quebradas y riachuelos que desembocan en el río Catatumbo, proporcionando agua para el riego agrícola y el consumo humano. Sin embargo, la infraestructura de riego es limitada, lo que afecta la productividad en ciertas épocas del año. La conservación de las fuentes hídricas y cuencas es importante para evitar problemas de erosión y desabastecimiento de agua.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, La Playa de Belén tiene una población de 6,024 habitantes. La mayoría de la población reside en áreas rurales (67%) y está dedicada principalmente a la agricultura. La mediana de edad es de 29 años. El municipio es conocido por su arquitectura colonial y su atractivo turístico, lo que ha impulsado el desarrollo de actividades económicas relacionadas con el turismo en los últimos años.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de La Playa de Belén está centrada en la agricultura, con el café y los frutales como los principales productos comerciales. El turismo también juega un papel importante en la economía local, atrayendo visitantes por sus paisajes montañosos y su arquitectura colonial. Sin embargo, la falta de infraestructura vial limita el acceso a mercados más amplios y el crecimiento económico. La ganadería se practica a pequeña escala y el comercio está orientado a satisfacer las necesidades básicas de la población.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en La Playa de Belén está orientado hacia la agricultura de montaña, con cultivos como el café y frutales, especialmente cítricos y aguacates. Las áreas cercanas a los cuerpos de agua se destinan a la agricultura, mientras que las zonas montañosas se utilizan para la ganadería extensiva y la conservación forestal. La protección del suelo y las cuencas hídricas es una prioridad debido a la erosión causada por las pendientes empinadas.

Sector Agrícola:

El café es el principal cultivo en La Playa de Belén, seguido por los frutales como el aguacate y los cítricos. Estos productos son clave para la economía local y generan empleo en las áreas rurales. Sin embargo, la falta de acceso a tecnología agrícola moderna y el limitado acceso a mercados más grandes son problemas que afectan la productividad. Otros cultivos menores incluyen maíz, plátano y hortalizas, destinados al autoconsumo y al mercado local.

Sector Pecuario:

La ganadería en La Playa de Belén se realiza a pequeña escala, con una orientación hacia la producción de carne y leche. Los rebaños de ganado bovino son pequeños, y la cría de cerdos y aves de corral también es común. La ganadería extensiva se practica en las áreas montañosas, pero enfrenta desafíos relacionados con la falta de infraestructura adecuada para el manejo de los animales y el acceso limitado a mercados formales.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, La Playa de Belén cuenta con 765 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son pequeñas, dedicadas a la producción de café y frutales. Las principales limitaciones que enfrentan las UPAs incluyen la falta de infraestructura para el riego, el transporte y el financiamiento, así como el acceso limitado a tecnología agrícola moderna. A pesar de estos desafíos, las UPAs en La Playa de Belén tienen un gran potencial si se invierte en infraestructura y asistencia técnica, especialmente en el sector agrícola.

MUNICPIO DE LABATECA

Localización:

Labateca está ubicado en la región suroriental de Norte de Santander, en la frontera con Venezuela, a una altitud de 2,250 metros sobre el nivel del mar. El municipio se encuentra a 113 km de Cúcuta y forma parte de una zona montañosa que favorece la agricultura de clima frío.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de Labateca son fértiles y de origen volcánico, con una buena capacidad de retención de agua, lo que los hace aptos para la producción de cultivos como la papa, el café y hortalizas. El clima es frío-húmedo, con temperaturas que oscilan entre los 8°C y 16°C. La precipitación anual es de 1,800 mm, distribuidas en dos estaciones lluviosas. Las condiciones edafoclimáticas son favorables para la agricultura, pero el terreno montañoso presenta desafíos para la mecanización.

Hidrología:

Labateca cuenta con una red de quebradas y riachuelos que provienen de las zonas de páramo cercanas, proporcionando agua para el riego agrícola y el consumo humano. La infraestructura de riego es limitada y se concentra en las zonas cercanas a los cuerpos de agua. La protección de las cuencas hídricas es crucial para evitar la erosión y la pérdida de suelo fértil.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Labateca tiene una población de 4,172 habitantes, de los cuales el 72% reside en áreas rurales. La mediana de edad es de 28 años. La población se dedica principalmente a la

agricultura y la ganadería, aunque la migración hacia Venezuela y Cúcuta en busca de mejores oportunidades laborales ha afectado el crecimiento poblacional del municipio.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Labateca está basada principalmente en la agricultura, con el café, la papa y las hortalizas como los principales productos comerciales. El comercio local es limitado debido a la lejanía del municipio y a la falta de infraestructura vial adecuada, lo que restringe el acceso a mercados más amplios. La ganadería también es una actividad importante, aunque se realiza a pequeña escala. La falta de acceso a financiamiento y asistencia técnica ha afectado la productividad de los productores agrícolas.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en Labateca está orientado hacia la agricultura de montaña, con cultivos como la papa y el café. Las tierras más cercanas a las fuentes hídricas son utilizadas para la producción agrícola, mientras que las áreas montañosas se destinan a la ganadería extensiva y la conservación forestal. La protección del suelo y las cuencas hídricas es fundamental para evitar la erosión y la degradación del suelo.

Sector Agrícola:

El cultivo de papa y café es la principal actividad agrícola en Labateca, seguido por hortalizas como la cebolla y la zanahoria. Los agricultores enfrentan problemas relacionados con la falta de acceso a tecnología agrícola moderna y financiamiento, lo que limita su capacidad para

aumentar la productividad. Otros cultivos menores incluyen frijol y maíz, que se producen para el autoconsumo y el mercado local.

Sector Pecuario:

La ganadería en Labateca está orientada a la producción de carne y leche, con pequeños rebaños de ganado bovino. La ganadería extensiva es común, pero enfrenta problemas relacionados con la falta de infraestructura adecuada y el acceso limitado a mercados formales. También se crían cerdos y aves de corral, que se destinan principalmente al consumo local y al comercio en pequeña escala.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, Labateca cuenta con 512 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son pequeñas, dedicadas a la producción de papa, café y productos de subsistencia. Las principales limitaciones incluyen la falta de infraestructura de riego, acceso limitado a tecnología agrícola moderna y financiamiento insuficiente. A pesar de estos desafíos, las UPAs en Labateca tienen un gran potencial debido a la fertilidad de los suelos y las condiciones

MUNICPIO DE LOS PATIOS

Localización:

Los Patios está ubicado en la zona metropolitana de Cúcuta, a tan solo 7 km de la capital de Norte de Santander, a una altitud de 320 metros sobre

el nivel del mar. Debido a su cercanía con Cúcuta, es considerado un municipio de expansión urbana y residencial.

Aspectos edafoclimáticos:

El clima de Los Patios es cálido, con una temperatura promedio de 27°C, y precipitaciones anuales de aproximadamente 800 mm. Los suelos son de origen aluvial, con características arcillosas y arenosas, de fertilidad media, adecuados para cultivos de ciclo corto como hortalizas y frutas tropicales. Las temporadas secas prolongadas limitan la productividad agrícola en algunas áreas sin acceso a sistemas de riego.

Hidrología:

El río Pamplonita atraviesa el municipio, proporcionando agua para actividades agrícolas y para el consumo humano. Existen varias quebradas menores que contribuyen al abastecimiento hídrico. La infraestructura de riego es limitada, lo que afecta la productividad en las áreas rurales del municipio, que dependen principalmente del agua de lluvia para la agricultura.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Los Patios tiene una población de 91,850 habitantes, con una alta densidad poblacional en las áreas urbanas, debido a su proximidad a Cúcuta. Es uno de los municipios con mayor crecimiento poblacional en la zona, y gran parte de su población es joven, con una mediana de edad de 28 años. Muchos de los habitantes trabajan en Cúcuta o participan en actividades relacionadas con el comercio.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Los Patios está estrechamente ligada a Cúcuta, con un enfoque en el comercio, los servicios y la construcción, debido a su rol como ciudad dormitorio de la capital departamental. El crecimiento inmobiliario ha sido significativo en los últimos años, impulsado por la expansión urbana. En las zonas rurales, la agricultura se limita a pequeñas explotaciones familiares, que producen principalmente para el autoconsumo y el mercado local.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en Los Patios está orientado principalmente al desarrollo urbano y residencial. Sin embargo, las áreas rurales del municipio todavía tienen vocación agrícola, aunque en pequeña escala, con cultivos de hortalizas, frutas tropicales y pastizales para la ganadería. La expansión urbana ha reducido considerablemente las tierras dedicadas a la agricultura en las últimas décadas.

Sector Agrícola:

El sector agrícola en Los Patios es limitado debido a la rápida urbanización del municipio. Los cultivos predominantes son hortalizas y frutales como el plátano y el aguacate, que se producen principalmente para el mercado local. Los agricultores enfrentan problemas como la falta de acceso a agua para riego y la reducción de tierras agrícolas debido a la expansión urbana. A pesar de estos desafíos, la proximidad a Cúcuta ofrece oportunidades de mercado para los productos agrícolas.

Sector Pecuario:

La ganadería en Los Patios es de pequeña escala, centrada en la producción de carne y leche, con pequeños rebaños de ganado bovino.

También se crían aves de corral y cerdos para el autoconsumo y el comercio local. La falta de infraestructura adecuada para la ganadería y el acceso limitado a mercados más amplios son problemas que afectan el desarrollo del sector pecuario en el municipio.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, Los Patios cuenta con 628 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son pequeñas y medianas, dedicadas a la producción de hortalizas, frutales y productos de subsistencia. La falta de acceso a riego, la reducción de tierras agrícolas debido al crecimiento urbano y la escasa asistencia técnica son los principales desafíos que enfrentan las UPAs en Los Patios. A pesar de estas limitaciones, el potencial para mejorar la productividad agrícola y ganadera existe si se invierte en infraestructura y asistencia técnica.

MUNICPIO DE LOURDES

Localización:

Lourdes está ubicado en el occidente de Norte de Santander, a una altitud promedio de 1,650 metros sobre el nivel del mar. Se encuentra a 130 km de Cúcuta y a 40 km de Ocaña, en una región montañosa, lo que le otorga un clima fresco y condiciones adecuadas para la agricultura de montaña.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de Lourdes son franco-arcillosos y fértiles, adecuados para el cultivo de café, papa y frutales. El clima es templado-frío, con temperaturas que oscilan entre los 14°C y 18°C. La precipitación anual es de 1,700 mm, distribuidas en dos estaciones lluviosas. Las características edafológicas permiten una agricultura diversificada, aunque las pendientes pronunciadas limitan la mecanización.

Hidrología:

El municipio es irrigado por varios ríos y quebradas, siendo el río Zulia uno de los principales afluentes. Estos cuerpos de agua son utilizados para el riego agrícola y el consumo humano, aunque la infraestructura de riego es limitada, lo que afecta la productividad en algunas zonas. La conservación de las fuentes hídricas es fundamental para mantener la estabilidad ecológica y agrícola del municipio.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Lourdes tiene una población de 5,158 habitantes, de los cuales el 73% reside en áreas rurales. La población es mayoritariamente joven, con una mediana de edad de 28 años, y está dedicada principalmente a la agricultura. La migración hacia ciudades más grandes como Ocaña y Cúcuta en busca de mejores oportunidades laborales ha reducido la población activa en los últimos años.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Lourdes está centrada en la agricultura, con el café y la papa como los principales productos comerciales. El comercio local es limitado debido a la lejanía del municipio y a la falta de infraestructura vial adecuada, lo que restringe el acceso a mercados más amplios. La

ganadería también es importante, aunque se realiza a pequeña escala. La falta de acceso a financiamiento y asistencia técnica ha afectado la capacidad de los agricultores para mejorar la productividad de sus tierras.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en Lourdes está orientado hacia la agricultura de montaña, con cultivos como el café, la papa y frutales. Las tierras cercanas a los cuerpos de agua se utilizan para la producción agrícola, mientras que las áreas montañosas se destinan a la ganadería extensiva y la conservación forestal. El manejo sostenible del suelo es crucial para evitar problemas de erosión en las áreas de mayor pendiente.

Sector Agrícola:

El café es el principal cultivo en Lourdes, seguido por la papa y frutales como el aguacate y los cítricos. La agricultura en Lourdes es de pequeña escala y enfrenta dificultades relacionadas con la falta de acceso a tecnología agrícola moderna y financiamiento. Otros cultivos incluyen maíz y hortalizas, que se destinan principalmente al consumo local. La agricultura orgánica ha comenzado a ganar terreno en el municipio, debido a las condiciones favorables para el cultivo de productos de alta calidad.

Sector Pecuario:

La ganadería en Lourdes está orientada a la producción de carne y leche, con pequeños rebaños de ganado bovino. La ganadería extensiva es común en las áreas montañosas, donde el terreno accidentado limita otras formas de uso del suelo. También se crían cerdos y aves de corral para el autoconsumo y el comercio local. La falta de infraestructura adecuada y

el acceso limitado a mercados formales son desafíos importantes para el desarrollo del sector pecuario en el municipio.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, Lourdes cuenta con 607 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son pequeñas y medianas, dedicadas principalmente a la producción de café, papa y frutales. Las principales limitaciones incluyen la falta de acceso a tecnología agrícola moderna, la infraestructura de transporte deficiente y la falta de financiamiento. Sin embargo, el potencial de las UPAs en Lourdes es significativo si se invierte en infraestructura y asistencia técnica, especialmente en el sector agrícola.

MUNICPIO DE MUTISCUA

Localización:

Mutiscua está ubicado en la región suroriental de Norte de Santander, en la cordillera Oriental, a una altitud de 2,400 metros sobre el nivel del mar. Se encuentra a 125 km de Cúcuta y su geografía montañosa lo convierte en un municipio ideal para la agricultura de clima frío.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de Mutiscua son franco-arcillosos y volcánicos, con una alta fertilidad, adecuados para la producción de papa, café y hortalizas. El clima es frío-húmedo, con temperaturas que oscilan entre los 8°C y 16°C. La precipitación anual es de 2,000 mm, distribuida en dos estaciones

lluviosas. Las condiciones edafoclimáticas son favorables para la agricultura de montaña, aunque el terreno accidentado dificulta el uso de maquinaria agrícola.

Hidrología:

Mutiscua cuenta con una buena cantidad de fuentes hídricas, principalmente ríos y quebradas que nacen en los páramos cercanos, los cuales proporcionan agua para el riego y el consumo humano. Sin embargo, la infraestructura de riego es limitada y se concentra en las áreas más cercanas a las fuentes de agua. La conservación de las cuencas hídricas es crucial para evitar la erosión y la pérdida de suelo fértil.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Mutiscua tiene una población de 3,073 habitantes, de los cuales el 76% reside en áreas rurales. La población es joven, con una mediana de edad de 28 años. La mayoría de los habitantes se dedican a la agricultura, aunque la migración hacia ciudades más grandes en busca de mejores oportunidades laborales ha afectado el crecimiento poblacional.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Mutiscua está basada principalmente en la agricultura, con la papa y el café como los principales cultivos comerciales. El comercio local es limitado debido a la lejanía del municipio y a la falta de infraestructura vial adecuada. La ganadería también es importante, aunque se realiza a pequeña escala. La falta de acceso a financiamiento y asistencia técnica ha limitado la capacidad de los agricultores para aumentar su productividad.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en Mutiscua está orientado hacia la agricultura de montaña, con cultivos como la papa, el café y hortalizas. Las tierras cercanas a los cuerpos de agua se utilizan para la producción agrícola, mientras que las áreas montañosas se destinan a la ganadería extensiva y la conservación forestal. El manejo sostenible del suelo es crucial para evitar problemas de erosión en las áreas más inclinadas.

Sector Agrícola:

El cultivo de papa es la principal actividad agrícola en Mutiscua, seguido por el café y hortalizas como la cebolla y la zanahoria. Los agricultores enfrentan dificultades relacionadas con la falta de acceso a tecnología agrícola moderna y financiamiento, lo que limita su capacidad para aumentar la productividad. Otros cultivos incluyen frijol y maíz, destinados al autoconsumo y al mercado local.

Sector Pecuario:

La ganadería en Mutiscua está orientada a la producción de carne y leche, con pequeños rebaños de ganado bovino. La ganadería extensiva es común en las áreas montañosas, donde el terreno accidentado limita otras formas de uso del suelo. También se crían cerdos y aves de corral para el autoconsumo y el comercio local. La falta de infraestructura adecuada y el acceso limitado a mercados formales son desafíos para el desarrollo del sector pecuario.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, Mutiscua cuenta con 389 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son pequeñas y medianas, dedicadas a la producción de papa, café y productos de subsistencia. Las principales limitaciones incluyen la falta de infraestructura de riego y financiamiento, así como el acceso limitado a tecnología agrícola. A pesar de estos desafíos, las UPAs en Mutiscua tienen un gran potencial si se invierte en asistencia técnica y mejoras en la infraestructura.

MUNICPIO DE OCAÑA

Localización:

Ocaña está ubicada en el suroccidente de Norte de Santander, a una altitud de 1,202 metros sobre el nivel del mar. Se encuentra a 210 km de Cúcuta y es uno de los municipios más importantes del departamento debido a su tamaño y dinamismo económico. La ciudad es un centro regional de comercio y servicios para la subregión de Ocaña.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de Ocaña son franco-arenosos y arcillosos, adecuados para la producción de café, caña de azúcar y frutales. El clima es templado-húmedo, con temperaturas que oscilan entre los 18°C y 25°C. Las precipitaciones anuales alcanzan los 1,600 mm, distribuidas en dos estaciones lluviosas. Los suelos fértiles y el clima templado permiten una agricultura diversificada y de buen rendimiento en las zonas rurales.

Hidrología:

El municipio cuenta con varios ríos y quebradas, siendo el río Algodonal uno de los principales afluentes que proporciona agua para el riego agrícola y el consumo humano. Las fuentes hídricas son fundamentales para la actividad agrícola, aunque la infraestructura de riego es limitada en algunas áreas rurales, lo que afecta la productividad durante la temporada seca.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Ocaña tiene una población de 94,944 habitantes, lo que lo convierte en el segundo municipio más poblado de Norte de Santander después de Cúcuta. La población es mayoritariamente urbana (71%) y está compuesta por una población joven, con una mediana de edad de 27 años. La ciudad es un importante centro de comercio y servicios, atrayendo a población de los municipios circundantes.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Ocaña está diversificada, con un fuerte enfoque en el comercio, los servicios y la agricultura. La ciudad sirve como un importante centro de intercambio comercial para los productos agrícolas de la región, especialmente café, caña de azúcar y frutas. La ganadería también juega un papel importante en la economía rural. Sin embargo, la falta de infraestructura adecuada en algunas áreas rurales afecta el desarrollo económico y limita el acceso a mercados más grandes.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en Ocaña está orientado hacia la agricultura y la ganadería. Las tierras más bajas y fértiles cercanas a los cuerpos de agua

son utilizadas para cultivos de ciclo corto y permanentes, como café, caña de azúcar y frutales. Las áreas montañosas se destinan a la ganadería extensiva y a la conservación forestal. El crecimiento urbano ha reducido las tierras agrícolas en las zonas cercanas a la ciudad.

Sector Agrícola:

El café y la caña de azúcar son los principales cultivos en Ocaña, seguidos por frutales como el aguacate, el plátano y los cítricos. La agricultura es una fuente importante de empleo en las áreas rurales, aunque los agricultores enfrentan problemas relacionados con el acceso a tecnología agrícola moderna y financiamiento. Otros cultivos menores incluyen maíz, frijol y hortalizas, que se producen para el mercado local y el autoconsumo.

Sector Pecuario:

La ganadería en Ocaña está orientada a la producción de carne y leche, con medianos y grandes rebaños de ganado bovino. La ganadería extensiva es la práctica más común, aunque los ganaderos enfrentan problemas relacionados con la falta de infraestructura adecuada para el manejo del ganado y el acceso limitado a mercados formales. También se crían cerdos y aves de corral en menor escala.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, Ocaña cuenta con 1,663 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son medianas y grandes, dedicadas principalmente a la producción de café, caña de azúcar y productos frutales. Las principales limitaciones incluyen la falta de acceso a tecnología moderna, la infraestructura de transporte y riego deficiente, y el acceso limitado a

financiamiento. Sin embargo, el potencial de las UPAs en Ocaña es alto debido a la fertilidad de los suelos y la demanda de productos agrícolas en la región.

MUNICPIO DE PAMPLONA

Localización:

Pamplona está ubicada en el suroriente del departamento de Norte de Santander, a una altitud de 2,340 metros sobre el nivel del mar. Es uno de los municipios más antiguos y culturalmente relevantes del departamento. Se encuentra a 74 km de Cúcuta y es conocida como una ciudad universitaria y centro cultural de la región.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de Pamplona son franco-arcillosos y volcánicos, con una alta fertilidad en las zonas rurales. El clima es frío, con temperaturas que varían entre los 10°C y 18°C, lo que favorece el cultivo de productos de clima frío como papa, hortalizas y frutas. La precipitación anual es de aproximadamente 1,600 mm, con dos temporadas lluviosas. Los suelos montañosos requieren manejo sostenible debido a la pendiente y los riesgos de erosión.

Hidrología:

El río Pamplonita atraviesa el municipio, proporcionando agua tanto para consumo humano como para el riego agrícola. El municipio cuenta con varias quebradas y riachuelos, que son fundamentales para la agricultura y

el abastecimiento de agua. La infraestructura de riego es limitada en las áreas rurales, lo que puede afectar la productividad agrícola durante las temporadas secas.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Pamplona tiene una población de 57,915 habitantes, de los cuales el 68% reside en áreas urbanas. La población es joven, con una mediana de edad de 24 años, debido a la alta concentración de estudiantes universitarios. Pamplona es un centro educativo y cultural, lo que la convierte en un municipio dinámico en términos de desarrollo humano.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Pamplona está centrada en la educación y los servicios, siendo la sede de varias universidades y colegios. Sin embargo, la agricultura sigue siendo importante en las zonas rurales, con el cultivo de papa, maíz, frijoles y frutas. La ciudad también se destaca por sus actividades culturales y turísticas. La ganadería, aunque se practica en menor escala, es una fuente importante de empleo en las áreas rurales.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en Pamplona está dividido entre las áreas urbanas, donde predomina la educación y el comercio, y las áreas rurales, dedicadas a la agricultura de montaña y la ganadería. Las tierras fértiles en las zonas más bajas se utilizan para cultivos de ciclo corto, mientras que las áreas montañosas se destinan a la ganadería y la conservación de recursos hídricos.

Sector Agrícola:

La agricultura en Pamplona está orientada principalmente al cultivo de papa, hortalizas y frutas de clima frío, como la mora y el lulo. La producción agrícola enfrenta desafíos como la falta de acceso a tecnología moderna, financiamiento y la infraestructura de transporte deficiente en las áreas más alejadas. Sin embargo, las condiciones climáticas y del suelo son favorables para el cultivo de productos de alta calidad.

Sector Pecuario:

La ganadería en Pamplona está orientada a la producción de carne y leche, con pequeños rebaños de ganado bovino. También se crían cerdos y aves de corral, destinados principalmente al consumo local y al mercado regional. La ganadería extensiva es común en las áreas montañosas, aunque enfrenta problemas relacionados con la falta de infraestructura y acceso a mercados formales.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, Pamplona cuenta con 1,147 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son pequeñas y medianas, dedicadas a la producción de papa, maíz y productos frutales. Las principales limitaciones que enfrentan las UPAs incluyen la falta de acceso a tecnología agrícola moderna, infraestructura de transporte y riego deficiente, y el acceso limitado a financiamiento. A pesar de estos desafíos, las UPAs en Pamplona tienen un alto potencial de crecimiento debido a la calidad de sus suelos y la proximidad a mercados regionales.

MUNICPIO DE PAMPLONITA

Localización:

Pamplonita está ubicado al suroeste de Cúcuta, a una altitud de 2,400 metros sobre el nivel del mar. Se encuentra a 86 km de Cúcuta y a 15 km de Pamplona. Es un municipio pequeño, pero con un fuerte enfoque en la agricultura y ganadería debido a su geografía montañosa.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de Pamplonita son franco-arcillosos, con buena capacidad de retención de humedad, lo que los hace adecuados para la producción de cultivos de clima frío como la papa, el café y algunas hortalizas. El clima es frío-húmedo, con temperaturas que oscilan entre los 10°C y 16°C. La precipitación anual es de 1,800 mm, concentrada en dos temporadas lluviosas. Los suelos en Pamplonita son ideales para la agricultura de montaña, aunque requieren manejo sostenible para evitar la erosión en las pendientes.

Hidrología:

El municipio es irrigado por varias quebradas y riachuelos que nacen en los páramos cercanos, proporcionando agua para el riego agrícola y el consumo humano. Sin embargo, la infraestructura de riego es limitada, lo que afecta la productividad en algunas zonas rurales. La conservación de las cuencas hídricas es clave para evitar la erosión y asegurar el suministro de agua.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Pamplonita tiene una población de 3,799 habitantes, de los cuales el 74% reside en áreas rurales. La población es mayoritariamente joven, con una mediana de edad de 28 años, y está dedicada principalmente a la agricultura. El crecimiento poblacional ha sido limitado debido a la migración hacia otras ciudades en busca de mejores oportunidades laborales.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Pamplonita está centrada en la agricultura, con el cultivo de papa, hortalizas y café como los principales productos comerciales. El comercio local es limitado debido a la lejanía del municipio y a la falta de infraestructura vial adecuada, lo que restringe el acceso a mercados más amplios. La ganadería también es importante, aunque se realiza a pequeña escala. La falta de acceso a financiamiento y asistencia técnica ha afectado la capacidad de los productores para mejorar la productividad de sus tierras.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en Pamplonita está orientado hacia la agricultura de montaña, con cultivos como la papa, el café y hortalizas. Las tierras cercanas a los cuerpos de agua se utilizan para la producción agrícola, mientras que las áreas montañosas se destinan a la ganadería extensiva y la conservación forestal. El manejo sostenible del suelo es fundamental para evitar problemas de erosión en las áreas más inclinadas.

Sector Agrícola:

La agricultura en Pamplonita está orientada principalmente al cultivo de papa, café y hortalizas como la cebolla y la zanahoria. Los agricultores

enfrentan problemas relacionados con la falta de acceso a tecnología agrícola moderna y financiamiento, lo que limita su capacidad para aumentar la productividad. Otros cultivos incluyen frijol y maíz, destinados al autoconsumo y al mercado local.

Sector Pecuario:

La ganadería en Pamplonita está orientada a la producción de carne y leche, con pequeños rebaños de ganado bovino. La ganadería extensiva es común en las áreas montañosas, donde el terreno accidentado limita otras formas de uso del suelo. También se crían cerdos y aves de corral para el autoconsumo y el comercio local. La falta de infraestructura adecuada y el acceso limitado a mercados formales son desafíos para el desarrollo del sector pecuario en el municipio.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, Pamplonita cuenta con 490 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son pequeñas y medianas, dedicadas a la producción de papa, café y productos de subsistencia. Las principales limitaciones incluyen la falta de infraestructura de riego, acceso limitado a tecnología agrícola moderna y financiamiento insuficiente. A pesar de estos desafíos, las UPAs en Pamplonita tienen un gran potencial si se invierte en infraestructura y asistencia técnica, especialmente en el sector agrícola.

MUNICPIO DE PUERTO SANTANDER

Localización:

Puerto Santander está ubicado en la región nororiental de Norte de Santander, en la frontera con Venezuela, a una altitud de 35 metros sobre el nivel del mar. Se encuentra a 48 km de Cúcuta y es un importante punto de comercio fronterizo debido a su proximidad con Venezuela y su ubicación estratégica a orillas del río Zulia.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de Puerto Santander son de origen aluvial, caracterizados por su textura franco-arenosa y arcillosa, lo que les otorga una fertilidad moderada. El clima es cálido-húmedo, con temperaturas que oscilan entre los 26°C y 32°C. Las precipitaciones anuales son altas, alcanzando los 1,800 mm, distribuidas en dos estaciones lluviosas. Aunque los suelos son adecuados para la agricultura, las frecuentes inundaciones pueden afectar la producción agrícola en las zonas cercanas al río.

Hidrología:

El río Zulia es la principal fuente hídrica de Puerto Santander, lo que lo convierte en un municipio con una gran disponibilidad de agua para actividades agrícolas, ganaderas y para el consumo humano. Sin embargo, las inundaciones en la temporada de lluvias son un riesgo constante para las tierras agrícolas situadas a orillas del río. Las quebradas y arroyos menores también contribuyen al abastecimiento hídrico.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Puerto Santander tiene una población de 15,849 habitantes, de los cuales el 65% reside en áreas rurales. La población ha crecido debido a su importancia como punto fronterizo, y muchos de sus habitantes se dedican al comercio informal y a actividades

relacionadas con la agricultura y ganadería. La población es mayoritariamente joven, con una mediana de edad de 29 años.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Puerto Santander está centrada en el comercio, principalmente debido a su cercanía con la frontera venezolana. El comercio formal e informal de bienes, junto con el contrabando, son actividades económicas clave. La agricultura y la ganadería también son importantes en las áreas rurales, aunque enfrentan dificultades debido a las frecuentes inundaciones y la falta de infraestructura adecuada. El turismo es una actividad emergente, pero aún no está plenamente desarrollado.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en Puerto Santander está orientado principalmente hacia la agricultura de ciclo corto y la ganadería extensiva. Las tierras más fértiles y cercanas al río Zulia son utilizadas para cultivos como maíz, arroz y plátano, mientras que las áreas más alejadas y menos propensas a inundaciones se destinan a la ganadería. La conservación de los humedales y áreas inundables es crucial para mantener el equilibrio ecológico.

Sector Agrícola:

El sector agrícola en Puerto Santander se enfoca principalmente en el cultivo de arroz, plátano y maíz. Estos cultivos son importantes para el mercado local y regional. Los agricultores enfrentan desafíos relacionados con las inundaciones estacionales y la falta de acceso a tecnología agrícola moderna. Sin embargo, la cercanía a la frontera y la

disponibilidad de agua ofrecen oportunidades para mejorar la productividad agrícola si se invierte en infraestructura de riego y control de inundaciones.

Sector Pecuario:

La ganadería en Puerto Santander está orientada a la producción de carne, con pequeños y medianos rebaños de ganado bovino. También se crían cerdos y aves de corral para el consumo local y el comercio regional. La ganadería extensiva es la práctica más común, pero enfrenta problemas relacionados con la falta de infraestructura adecuada para el manejo del ganado y el acceso limitado a mercados formales. Las inundaciones estacionales también afectan la producción ganadera.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, Puerto Santander cuenta con 721 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son pequeñas y medianas, dedicadas a la producción de arroz, plátano y maíz. Las principales limitaciones incluyen la falta de infraestructura de riego y control de inundaciones, el acceso limitado a tecnología agrícola moderna y la escasa asistencia técnica. A pesar de estos desafíos, las UPAs en Puerto Santander tienen un gran potencial de crecimiento si se invierte en infraestructura y asistencia técnica para mejorar la productividad agrícola y ganadera.

MUNICPIO DE RAGONVALIA

Localización:

Ragonvalia está ubicado en la región suroeste de Norte de Santander, en la frontera con Venezuela, a una altitud de 1,700 metros sobre el nivel del mar. Se encuentra a 115 km de Cúcuta, en una zona montañosa, lo que le confiere un clima frío-templado ideal para la producción agrícola de montaña.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de Ragonvalia son de origen volcánico y franco-arcillosos, con una alta fertilidad en las zonas rurales. El clima es templado-frío, con temperaturas que oscilan entre los 12°C y 18°C, lo que es favorable para el cultivo de café, papa y hortalizas. La precipitación anual alcanza los 1,800 mm, distribuidas en dos temporadas lluviosas. Los suelos en las zonas montañosas requieren prácticas de manejo sostenible para evitar la erosión.

Hidrología:

El municipio es irrigado por varios ríos y quebradas, como el río Táchira, que sirve de frontera natural entre Colombia y Venezuela. Estos cuerpos de agua proporcionan recursos vitales para el riego agrícola y el consumo humano. Sin embargo, la infraestructura de riego es limitada, lo que afecta la productividad en algunas áreas rurales, especialmente durante las temporadas secas.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Ragonvalia tiene una población de 4,592 habitantes, de los cuales el 72% reside en áreas rurales. La población es mayoritariamente joven, con una mediana de edad de 27 años, y se dedica principalmente a la agricultura. La migración hacia Venezuela ha

afectado el crecimiento poblacional del municipio, aunque la situación económica en el país vecino ha revertido parcialmente esta tendencia.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Ragonvalia está centrada en la agricultura, con el café, la papa y las hortalizas como los principales productos comerciales. El comercio local es limitado debido a la lejanía del municipio y a la falta de infraestructura vial adecuada. La ganadería se practica a pequeña escala. La cercanía a Venezuela ha influido en la economía, con el comercio transfronterizo jugando un papel importante en la dinámica económica local.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en Ragonvalia está orientado hacia la agricultura de montaña, con cultivos como el café, la papa y hortalizas. Las tierras fértiles cercanas a los cuerpos de agua se utilizan para la producción agrícola, mientras que las áreas montañosas se destinan a la ganadería extensiva y la conservación forestal. La protección de las cuencas hídricas es fundamental para evitar la erosión y la pérdida de suelo.

Sector Agrícola:

El café es el principal cultivo en Ragonvalia, seguido por la papa y hortalizas como la cebolla, el ajo y la zanahoria. Estos productos son fundamentales para la economía local y generan empleo en las áreas rurales. Los agricultores enfrentan desafíos relacionados con la falta de acceso a tecnología agrícola moderna y la infraestructura de transporte deficiente. Sin embargo, las condiciones climáticas y del suelo son ideales para la producción agrícola de alta calidad.

Sector Pecuario:

La ganadería en Ragonvalia está orientada a la producción de carne y leche, con pequeños rebaños de ganado bovino. La ganadería extensiva es común en las áreas montañosas, donde el terreno accidentado limita otras formas de uso del suelo. También se crían cerdos y aves de corral para el autoconsumo y el comercio local. La falta de infraestructura adecuada y el acceso limitado a mercados formales son problemas que afectan el desarrollo del sector pecuario.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, Ragonvalia cuenta con 542 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son pequeñas y medianas, dedicadas a la producción de café, papa y productos de subsistencia. Las principales limitaciones incluyen la falta de infraestructura de riego, acceso limitado a tecnología agrícola moderna y financiamiento insuficiente. A pesar de estos desafíos, las UPAs en Ragonvalia tienen un gran potencial si se invierte en infraestructura y asistencia técnica, especialmente en el sector agrícola.

MUNICPIO DE SALAZAR DE LAS PALMAS

Localización:

Salazar, también conocido como Salazar de Las Palmas, está ubicado en la subregión de Pamplona, en el suroeste del departamento de Norte de Santander, a una altitud de 1,100 metros sobre el nivel del mar. Se

encuentra a 67 km de Cúcuta. Su geografía es montañosa, lo que favorece la agricultura de altura.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de Salazar son franco-arcillosos y volcánicos, caracterizados por una fertilidad media a alta, lo que los hace adecuados para la producción de café, caña de azúcar y frutales. El clima es templado-húmedo, con temperaturas que oscilan entre los 18°C y 24°C. Las precipitaciones anuales son de aproximadamente 1,400 mm, distribuidas en dos estaciones lluviosas. Los suelos montañosos son aptos para la agricultura de montaña, pero requieren manejo sostenible para evitar la erosión.

Hidrología:

El río Zulia atraviesa el municipio, proporcionando agua tanto para consumo humano como para el riego agrícola. Salazar cuenta también con varias quebradas que abastecen las zonas rurales. Sin embargo, la infraestructura de riego es limitada, lo que afecta la productividad durante las temporadas secas. La calidad del agua es buena en la mayor parte del municipio.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Salazar tiene una población de 7,006 habitantes, de los cuales el 64% reside en áreas rurales. La población es mayoritariamente joven, con una mediana de edad de 29 años, y la mayoría se dedica a actividades agrícolas y ganaderas. La migración hacia centros urbanos ha sido una constante en los últimos años debido a la falta de oportunidades económicas.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Salazar está basada principalmente en la agricultura, siendo el café y la caña de azúcar los principales productos comerciales. El comercio local es limitado y está orientado a satisfacer las necesidades básicas de la población. La ganadería extensiva también juega un papel importante en las áreas rurales. El turismo ha comenzado a desarrollarse gracias a sus paisajes montañosos y sus actividades culturales, aunque aún no es una fuente importante de ingresos.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en Salazar está orientado hacia la agricultura, con cultivos de café, caña de azúcar y frutales. Las tierras cercanas a los cuerpos de agua se utilizan para la producción agrícola, mientras que las áreas montañosas se destinan a la ganadería extensiva y la conservación de recursos forestales. El manejo sostenible del suelo es esencial para evitar la degradación y la pérdida de su fertilidad.

Sector Agrícola:

El café es el principal cultivo en Salazar, seguido por la caña de azúcar y frutales como el aguacate y los cítricos. Los agricultores enfrentan desafíos como la falta de acceso a tecnología moderna y financiamiento, lo que limita la capacidad de aumentar la productividad. Sin embargo, las condiciones climáticas y del suelo son favorables para la agricultura, y el café producido en esta zona es de alta calidad.

Sector Pecuario:

La ganadería en Salazar se orienta a la producción de carne y leche, con pequeños rebaños de ganado bovino. También se crían cerdos y aves de corral para el consumo local y el comercio en pequeña escala. La ganadería extensiva es la práctica más común en las áreas montañosas, aunque enfrenta problemas relacionados con la falta de infraestructura adecuada y el acceso limitado a mercados formales.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, Salazar cuenta con 643 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son pequeñas y medianas, dedicadas a la producción de café, caña de azúcar y productos de subsistencia. Las principales limitaciones que enfrentan las UPAs incluyen la falta de acceso a tecnología agrícola moderna, infraestructura de riego y transporte deficiente, así como el acceso limitado a financiamiento. A pesar de estos desafíos, las UPAs en Salazar tienen un gran potencial de crecimiento si se invierte en infraestructura y asistencia técnica.

MUNICPIO DE SAN CALIXTO

Localización:

San Calixto está ubicado en la subregión del Catatumbo, en el norte del departamento de Norte de Santander, a una altitud de 600 metros sobre el nivel del mar. Se encuentra a 182 km de Cúcuta y su territorio se caracteriza por una geografía montañosa y selvática, lo que lo convierte en un municipio agrícola con condiciones tropicales.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de San Calixto son franco-arcillosos y arcillosos, con una fertilidad moderada, lo que permite la producción de cultivos como cacao, café y plátano. El clima es tropical-húmedo, con temperaturas que varían entre los 22°C y 28°C. Las precipitaciones anuales son elevadas, alcanzando los 2,500 mm, con dos estaciones lluviosas importantes. Estas características permiten el desarrollo de una agricultura de productos tropicales, aunque la topografía accidentada limita la mecanización.

Hidrología:

El municipio es irrigado por varios ríos y quebradas que proporcionan agua para el riego agrícola y el consumo humano. El río Catatumbo es uno de los más importantes, aportando un recurso valioso para las actividades productivas. Sin embargo, la infraestructura de riego es limitada, lo que afecta la productividad agrícola, especialmente durante las temporadas secas. La deforestación ha causado problemas de sedimentación en algunas áreas.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, San Calixto tiene una población de 8,201 habitantes, de los cuales el 76% reside en áreas rurales. La población es mayoritariamente joven, con una mediana de edad de 26 años. Las actividades agrícolas y ganaderas son las principales fuentes de empleo, aunque la inestabilidad en la región ha afectado el desarrollo socioeconómico del municipio y ha generado desplazamientos de la población.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de San Calixto está basada en la agricultura, con el cacao, el café y el plátano como los principales productos comerciales. Sin embargo, la inestabilidad en la región ha afectado gravemente el desarrollo económico. La infraestructura vial es deficiente, lo que limita el acceso a mercados más amplios. La ganadería extensiva también es importante, aunque se realiza a pequeña escala. El comercio es limitado y está orientado a satisfacer las necesidades básicas de la población.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en San Calixto está orientado hacia la agricultura tropical, con cultivos de cacao, café y plátano. Las tierras más fértiles cercanas a los cuerpos de agua se utilizan para cultivos permanentes, mientras que las zonas montañosas se destinan a la ganadería extensiva. La deforestación ha sido un problema significativo en algunas áreas, lo que ha afectado la calidad del suelo y los recursos hídricos.

Sector Agrícola:

El cacao es el principal cultivo de San Calixto, seguido por el café y el plátano. Estos productos son clave para la economía local, aunque la falta de acceso a mercados formales y la infraestructura deficiente limitan el crecimiento del sector. Los agricultores también enfrentan dificultades relacionadas con la falta de asistencia técnica y financiamiento, lo que restringe la capacidad de mejorar la productividad.

Sector Pecuario:

La ganadería en San Calixto está orientada a la producción de carne y leche, con pequeños rebaños de ganado bovino. También se crían cerdos y aves de corral para el consumo local y el comercio en pequeña escala.

La ganadería extensiva es común en las áreas montañosas, aunque enfrenta problemas relacionados con la falta de infraestructura adecuada y el acceso limitado a mercados formales.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, San Calixto cuenta con 1,029 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son pequeñas y medianas, dedicadas a la producción de cacao, café y productos de subsistencia. Las principales limitaciones que enfrentan las UPAs incluyen la falta de acceso a tecnología agrícola moderna, la infraestructura de transporte y riego deficiente, y la inestabilidad regional. A pesar de estos desafíos, las UPAs en San Calixto tienen un gran potencial si se mejoran las condiciones de seguridad y se invierte en asistencia técnica e infraestructura.

MUNICPIO DE SAN CAYETANO

Localización:

San Cayetano está ubicado en la zona nororiental de Norte de Santander, a 15 km de Cúcuta, a una altitud de 230 metros sobre el nivel del mar. Su proximidad a la capital del departamento le permite una relación cercana en términos comerciales y de desarrollo.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de San Cayetano son franco-arenosos y arcillosos, de moderada a buena fertilidad, lo que los hace adecuados para la producción agrícola de ciclo corto, como maíz, yuca y frutales. El clima es cálido-seco, con temperaturas que oscilan entre los 26°C y 30°C. Las precipitaciones anuales

alcanzan los 1,100 mm, concentradas en dos estaciones lluviosas. Los suelos tienen un buen potencial para la agricultura, aunque la falta de agua durante la temporada seca puede limitar la productividad.

Hidrología:

El río Zulia es la principal fuente hídrica de San Cayetano, proporcionando agua para las actividades agrícolas, ganaderas y el consumo humano. También existen varias quebradas que alimentan las zonas rurales. Sin embargo, la infraestructura de riego es limitada, lo que afecta la productividad agrícola en algunas áreas, especialmente durante la temporada seca.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, San Cayetano tiene una población de 9,286 habitantes, de los cuales el 64% reside en áreas rurales. La población es mayoritariamente joven, con una mediana de edad de 29 años. Muchas personas trabajan en Cúcuta y otras se dedican a la agricultura, aunque la migración hacia la ciudad en busca de mejores oportunidades es común.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de San Cayetano está basada en la agricultura y la ganadería, aunque la proximidad a Cúcuta ha impulsado el desarrollo de actividades comerciales y de servicios en el municipio. La producción agrícola está enfocada en cultivos de ciclo corto, como el maíz, yuca y frutales. La ganadería también es importante, pero se realiza en pequeña escala. El comercio local se orienta a satisfacer las necesidades básicas de la población rural y urbana.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en San Cayetano está orientado hacia la agricultura y la ganadería. Las tierras fértiles cercanas al río Zulia se utilizan para cultivos de ciclo corto, mientras que las áreas más alejadas se destinan a la ganadería extensiva. La conservación de los recursos hídricos es clave para mantener la productividad agrícola y pecuaria.

Sector Agrícola:

El maíz, la yuca y los frutales son los principales cultivos de San Cayetano. Estos productos son importantes para el consumo local y el mercado regional, especialmente en Cúcuta. Los agricultores enfrentan problemas relacionados con la falta de infraestructura de riego y la escasa tecnificación, lo que limita la capacidad de aumentar la productividad.

Sector Pecuario:

La ganadería en San Cayetano está orientada a la producción de carne y leche, con pequeños rebaños de ganado bovino. La ganadería extensiva es común, aunque enfrenta problemas relacionados con la falta de infraestructura adecuada para el manejo del ganado y el acceso limitado a mercados formales. También se crían aves de corral y cerdos en menor escala, destinados principalmente al consumo local.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, San Cayetano cuenta con 552 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son pequeñas y medianas, dedicadas a la producción de maíz, yuca y productos de subsistencia. Las principales limitaciones

incluyen la falta de acceso a infraestructura de riego, tecnología agrícola moderna y financiamiento. A pesar de estos desafíos, las UPAs en San Cayetano tienen un alto potencial de crecimiento si se invierte en asistencia técnica y mejoras en la infraestructura de riego.

MUNICPIO DE SANTIAGO

Localización:

Santiago está ubicado en la región suroccidental de Norte de Santander, en la cordillera Oriental, a una altitud de 1,250 metros sobre el nivel del mar. Se encuentra a 150 km de Cúcuta, en una zona montañosa, lo que le otorga un clima templado-húmedo favorable para la agricultura.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de Santiago son franco-arcillosos y arcillosos, con una fertilidad media a alta, adecuados para la producción de café, caña de azúcar y frutales. El clima es templado-húmedo, con temperaturas que varían entre los 18°C y 22°C. La precipitación anual es de 1,600 mm, concentrada en dos temporadas lluviosas. Estas características son propicias para la agricultura de montaña, aunque las pendientes pronunciadas requieren un manejo adecuado para evitar la erosión.

Hidrología:

El municipio cuenta con varios ríos y quebradas que proporcionan agua para el riego agrícola y el consumo humano. El río Zulia es uno de los principales afluentes de la región, y junto con otras fuentes hídricas menores, proporciona recursos vitales para la actividad agrícola y

ganadera. Sin embargo, la infraestructura de riego es limitada, lo que afecta la productividad durante la temporada seca.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Santiago tiene una población de 3,797 habitantes, de los cuales el 72% reside en áreas rurales. La población es mayoritariamente joven, con una mediana de edad de 28 años, y se dedica principalmente a la agricultura. La migración hacia ciudades más grandes en busca de mejores oportunidades laborales ha afectado el crecimiento poblacional del municipio.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Santiago está basada principalmente en la agricultura, con el café, la caña de azúcar y los frutales como los principales productos comerciales. La ganadería también es importante, aunque se realiza a pequeña escala. El comercio es limitado debido a la lejanía del municipio y la falta de infraestructura vial adecuada. La falta de acceso a financiamiento y asistencia técnica ha afectado la capacidad de los productores para mejorar la productividad de sus tierras.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en Santiago está orientado hacia la agricultura de montaña, con cultivos como el café, la caña de azúcar y los frutales. Las tierras cercanas a los cuerpos de agua se utilizan para la producción agrícola, mientras que las áreas montañosas se destinan a la ganadería extensiva y la conservación forestal. La conservación de las cuencas hídricas es clave para evitar la erosión y la pérdida de suelo fértil.

Sector Agrícola:

El café es el principal cultivo en Santiago, seguido por la caña de azúcar y los frutales como el aguacate y los cítricos. La agricultura en Santiago es de pequeña escala y enfrenta desafíos relacionados con la falta de acceso a tecnología agrícola moderna y financiamiento. Sin embargo, las condiciones climáticas y del suelo son favorables para la producción de productos de alta calidad.

Sector Pecuario:

La ganadería en Santiago está orientada a la producción de carne y leche, con pequeños rebaños de ganado bovino. También se crían cerdos y aves de corral para el consumo local y el comercio en pequeña escala. La ganadería extensiva es común en las áreas montañosas, aunque enfrenta problemas relacionados con la falta de infraestructura adecuada y el acceso limitado a mercados formales.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, Santiago cuenta con 488 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son pequeñas y medianas, dedicadas a la producción de café, caña de azúcar y productos de subsistencia. Las principales limitaciones incluyen la falta de infraestructura de riego, acceso limitado a tecnología agrícola moderna y financiamiento insuficiente. A pesar de estos desafíos, las UPAs en Santiago tienen un gran potencial si se invierte en infraestructura y asistencia técnica, especialmente en el sector agrícola.

MUNICPIO DE SARDINATA

Localización:

Sardinata está ubicado en la región norte de Norte de Santander, a 45 km de Cúcuta, a una altitud de 320 metros sobre el nivel del mar. Este municipio es conocido por su importancia en la producción agrícola y por su ubicación estratégica cerca de la zona fronteriza con Venezuela.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de Sardinata son franco-arcillosos y arcillosos, con buena fertilidad, lo que permite el cultivo de diversos productos agrícolas como el cacao, café y plátano. El clima es tropical-húmedo, con temperaturas que oscilan entre los 24°C y 28°C. Las precipitaciones anuales alcanzan los 2,000 mm, distribuidas en dos temporadas lluviosas. Estos suelos son ideales para la producción agrícola, aunque algunas áreas bajas son propensas a inundaciones durante la temporada de lluvias.

Hidrología:

El municipio es irrigado por varios ríos y quebradas, siendo el río Sardinata uno de los principales afluentes, proporcionando agua tanto para actividades agrícolas como para el consumo humano. A pesar de la abundancia de agua, la infraestructura de riego es limitada, lo que afecta la productividad agrícola durante las temporadas secas.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Sardinata tiene una población de 15,510 habitantes, de los cuales el 69% reside en áreas rurales. La población es mayoritariamente joven, con una mediana de edad de 28 años. La

economía local depende en gran parte de la agricultura, y muchos de los habitantes se dedican al cultivo de productos tropicales y a la ganadería.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Sardinata está centrada en la agricultura, con el cacao, café y plátano como los principales productos comerciales. El comercio local es modesto, limitado a satisfacer las necesidades básicas de la población rural. La ganadería extensiva también juega un papel importante en la economía rural. Sin embargo, el acceso limitado a financiamiento y a mercados más amplios restringe el desarrollo económico del municipio.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en Sardinata está orientado hacia la agricultura y la ganadería. Las tierras fértiles cercanas a los cuerpos de agua se utilizan para la producción de cultivos permanentes, mientras que las áreas más alejadas y montañosas se destinan a la ganadería extensiva. La conservación de los recursos hídricos y la prevención de la deforestación son cruciales para mantener la productividad del suelo a largo plazo.

Sector Agrícola:

El cacao es el principal cultivo de Sardinata, seguido por el café y el plátano. Estos productos son fundamentales para la economía local y generan empleo en las zonas rurales. Los agricultores enfrentan problemas relacionados con la falta de acceso a tecnología agrícola moderna y la infraestructura de riego deficiente. Sin embargo, las condiciones climáticas y del suelo son favorables para el desarrollo de la agricultura.

Sector Pecuario:

La ganadería en Sardinata está orientada a la producción de carne y leche, con medianos y grandes rebaños de ganado bovino. También se crían cerdos y aves de corral para el autoconsumo y el comercio local. La ganadería extensiva es común, pero enfrenta desafíos relacionados con la falta de infraestructura adecuada para el manejo del ganado y el acceso limitado a mercados formales.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, Sardinata cuenta con 1,589 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son pequeñas y medianas, dedicadas a la producción de cacao, café y productos de subsistencia. Las principales limitaciones que enfrentan las UPAs incluyen la falta de infraestructura de riego, acceso limitado a tecnología agrícola moderna y financiamiento insuficiente. A pesar de estos desafíos, las UPAs en Sardinata tienen un alto potencial si se invierte en infraestructura y asistencia técnica para mejorar la productividad agrícola y ganadera.

MUNICPIO DE SILOS

Localización:

Silos está ubicado en el sur de Norte de Santander, a 134 km de Cúcuta, en la cordillera Oriental, a una altitud de 2,800 metros sobre el nivel del mar. Es uno de los municipios más altos del departamento, lo que le otorga un clima frío que favorece la producción de productos agrícolas de clima templado y frío.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de Silos son franco-arcillosos y de origen volcánico, con alta fertilidad, lo que los hace ideales para el cultivo de papa, cebolla y hortalizas. El clima es frío-húmedo, con temperaturas que varían entre los 6°C y 14°C. Las precipitaciones anuales son de aproximadamente 1,800 mm, distribuidas en dos estaciones lluviosas. Las características de los suelos y el clima proporcionan excelentes condiciones para la agricultura, aunque las pendientes empinadas en algunas áreas montañosas requieren un manejo adecuado para evitar la erosión.

Hidrología:

El municipio es irrigado por varias quebradas y ríos, siendo el río Silos una de las principales fuentes hídricas, proporcionando agua tanto para el riego agrícola como para el consumo humano. A pesar de la abundancia de agua, la infraestructura de riego es limitada, lo que afecta la productividad en algunas zonas durante las temporadas secas.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Silos tiene una población de 3,504 habitantes, de los cuales el 78% reside en áreas rurales. La población es mayoritariamente joven, con una mediana de edad de 27 años. La agricultura es la principal actividad económica del municipio, con un enfoque en cultivos de clima frío. La migración hacia ciudades más grandes ha reducido la población activa en las últimas décadas.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Silos está basada principalmente en la agricultura, con la papa y la cebolla como los principales cultivos comerciales. La ganadería también es importante, aunque se realiza a pequeña escala. El comercio local es limitado debido a la lejanía del municipio y a la falta de infraestructura vial adecuada, lo que restringe el acceso a mercados más amplios. La falta de acceso a financiamiento y asistencia técnica ha afectado la capacidad de los productores para mejorar la productividad de sus tierras.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en Silos está orientado hacia la agricultura de montaña, con cultivos como la papa y hortalizas. Las tierras más bajas y fértiles cercanas a los cuerpos de agua se utilizan para la producción agrícola, mientras que las áreas más montañosas se destinan a la ganadería extensiva y a la conservación forestal. La protección de las cuencas hídricas es crucial para evitar la erosión y garantizar la disponibilidad de agua para la agricultura.

Sector Agrícola:

La papa es el principal cultivo de Silos, seguido por hortalizas como la cebolla y la zanahoria. Los agricultores enfrentan desafíos como la falta de acceso a tecnología agrícola moderna y financiamiento, lo que limita la capacidad para aumentar la productividad. Otros cultivos menores incluyen frijol y maíz, que se producen principalmente para el autoconsumo y el mercado local.

Sector Pecuario:

La ganadería en Silos está orientada a la producción de carne y leche, con pequeños rebaños de ganado bovino. También se crían cerdos y aves de corral para el consumo local y el comercio en pequeña escala. La ganadería extensiva es común en las áreas montañosas, aunque enfrenta problemas relacionados con la falta de infraestructura adecuada y el acceso limitado a mercados formales.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, Silos cuenta con 589 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son pequeñas y medianas, dedicadas a la producción de papa, cebolla y productos de subsistencia. Las principales limitaciones incluyen la falta de infraestructura de riego, acceso limitado a tecnología agrícola moderna y financiamiento insuficiente. A pesar de estos desafíos, las UPAs en Silos tienen un gran potencial de crecimiento si se invierte en asistencia técnica y en la mejora de la infraestructura agrícola.

MUNICPIO DE TEORAMA

Localización:

Teorama está ubicado en la región del Catatumbo, al norte de Norte de Santander, a una altitud promedio de 500 metros sobre el nivel del mar. Se encuentra a 170 km de Cúcuta. Es un municipio montañoso y selvático, situado en una región estratégica pero afectada por el conflicto armado.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de Teorama son mayormente franco-arcillosos, con una fertilidad moderada, lo que permite la producción de cultivos tropicales como

cacao, café y plátano. El clima es tropical-húmedo, con temperaturas que oscilan entre los 22°C y 28°C, y precipitaciones anuales de aproximadamente 2,200 mm. Las características climáticas y del suelo son favorables para la agricultura, aunque la topografía accidentada limita la mecanización agrícola.

Hidrología:

El municipio es irrigado por varios ríos y quebradas, siendo el río Catatumbo uno de los principales afluentes. Estos cuerpos de agua proporcionan recursos vitales para las actividades agrícolas y ganaderas, aunque la infraestructura de riego es limitada y la deforestación ha generado problemas de sedimentación en algunos cauces. La calidad del agua es buena, pero la conservación de las cuencas hídricas es crucial para evitar su degradación.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Teorama tiene una población de 19,761 habitantes, de los cuales el 74% reside en áreas rurales. La población es mayoritariamente joven, con una mediana de edad de 26 años. Las actividades agrícolas son la principal fuente de empleo, aunque el municipio ha sido afectado por el desplazamiento forzado y la migración hacia zonas más seguras debido a la violencia.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Teorama está centrada en la agricultura, con el cacao, el café y el plátano como los principales productos comerciales. El comercio es limitado debido a la lejanía y la falta de infraestructura vial adecuada. La ganadería extensiva también es una actividad importante, pero se

realiza a pequeña escala. El acceso a mercados formales y el financiamiento son limitados, lo que afecta la capacidad de los productores para mejorar su productividad.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en Teorama está orientado hacia la agricultura tropical y la ganadería extensiva. Las tierras cercanas a los cuerpos de agua se utilizan para cultivos permanentes como el cacao y el café, mientras que las áreas montañosas y más alejadas se destinan a la ganadería y a la conservación forestal. La vocación forestal también es significativa, aunque la deforestación ha sido un problema en algunas áreas.

Sector Agrícola:

El cacao y el café son los principales cultivos de Teorama, seguidos por el plátano y el maíz. Los agricultores enfrentan problemas relacionados con la falta de acceso a tecnología agrícola moderna y la infraestructura de riego insuficiente. Sin embargo, las condiciones climáticas y del suelo son favorables para el desarrollo agrícola, y el cacao producido en la región es de alta calidad.

Sector Pecuario:

La ganadería en Teorama está orientada a la producción de carne y leche, con pequeños rebaños de ganado bovino. También se crían cerdos y aves de corral, principalmente para el autoconsumo y el mercado local. La ganadería extensiva es la práctica más común, aunque enfrenta problemas relacionados con la falta de infraestructura adecuada y el acceso limitado a mercados formales.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, Teorama cuenta con 1,775 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son pequeñas y medianas, dedicadas a la producción de cacao, café y productos de subsistencia. Las principales limitaciones incluyen la falta de acceso a tecnología agrícola moderna, la infraestructura de transporte y riego deficiente, y el acceso limitado a financiamiento. A pesar de estos desafíos, las UPAs en Teorama tienen un gran potencial si se mejora la infraestructura y la seguridad en la región.

MUNICPIO DE TIBÚ

Localización:

Tibú está ubicado en la región del Catatumbo, en la parte norte del departamento, a 200 km de Cúcuta. Se encuentra a una altitud de 75 metros sobre el nivel del mar, lo que lo convierte en un municipio de tierras bajas, de clima cálido-húmedo, y uno de los más grandes y poblados de Norte de Santander.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de Tibú son franco-arcillosos y arenosos, de moderada fertilidad, lo que permite la producción de cultivos tropicales como palma de aceite, cacao y plátano. El clima es cálido-húmedo, con temperaturas que oscilan entre los 25°C y 30°C, y una precipitación anual de 2,400 mm. Aunque los suelos son adecuados para la agricultura, la deforestación y la erosión son problemas que requieren atención en algunas zonas.

Hidrología:

Tibú es irrigado por varios ríos importantes, como el río Catatumbo, que proporciona agua para actividades agrícolas, industriales y para el consumo humano. La abundancia de fuentes hídricas ha permitido el desarrollo de sistemas de riego en ciertas áreas agrícolas, aunque la infraestructura aún es insuficiente para aprovechar todo el potencial productivo de la región.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Tibú tiene una población de 37,625 habitantes, de los cuales el 62% reside en áreas rurales. La población es relativamente joven, con una mediana de edad de 27 años. La región ha sido gravemente afectada por el conflicto armado, lo que ha generado un alto índice de desplazamiento y violencia. Sin embargo, la agricultura y la explotación de palma de aceite son actividades importantes para la economía local.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Tibú está centrada en la agricultura y la industria de palma de aceite, que es uno de los cultivos más representativos del municipio. El comercio es limitado debido a las dificultades de acceso por la infraestructura vial deficiente y la inestabilidad de la región. La ganadería también juega un papel importante en la economía rural, aunque a pequeña escala. El narcotráfico y la violencia han afectado negativamente el desarrollo económico del municipio.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en Tibú está orientado principalmente hacia la agricultura, con énfasis en cultivos como la palma de aceite, el cacao y el plátano.

Las tierras fértiles cercanas a los cuerpos de agua se utilizan para la producción de cultivos permanentes, mientras que las áreas más alejadas y montañosas se destinan a la ganadería extensiva y la conservación forestal. La deforestación es un problema importante en algunas áreas, lo que ha afectado los ecosistemas locales.

Sector Agrícola:

La palma de aceite es el principal cultivo en Tibú, seguido por el cacao y el plátano. Estos productos son fundamentales para la economía local y generan empleo en las zonas rurales. Sin embargo, la falta de acceso a mercados formales y la infraestructura deficiente limitan el crecimiento del sector agrícola. Además, los agricultores enfrentan desafíos relacionados con la inseguridad y la falta de asistencia técnica.

Sector Pecuario:

La ganadería en Tibú está orientada a la producción de carne y leche, con medianos y grandes rebaños de ganado bovino. La ganadería extensiva es la práctica más común, pero enfrenta problemas relacionados con la falta de infraestructura adecuada y el acceso limitado a mercados formales. También se crían cerdos y aves de corral en menor escala, destinados principalmente al consumo local.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, Tibú cuenta con 2,103 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son pequeñas y medianas, dedicadas a la producción de palma de aceite, cacao y productos de subsistencia. Las principales limitaciones incluyen la falta de infraestructura de riego, acceso limitado a tecnología

agrícola moderna y la inestabilidad de la región, lo que afecta el desarrollo de las UPAs. A pesar de estos desafíos, las UPAs en Tibú tienen un gran potencial si se invierte en infraestructura y mejora la seguridad.

MUNICPIO DE TOLEDO

Localización:

Toledo está ubicado en la región centro-occidental de Norte de Santander, a una altitud de 1,420 metros sobre el nivel del mar. Se encuentra a 140 km de Cúcuta. La geografía montañosa del municipio favorece su dedicación a la agricultura y ganadería, especialmente en climas fríos y templados.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de Toledo son franco-arcillosos y volcánicos, caracterizados por una fertilidad media a alta, lo que los hace adecuados para cultivos de clima frío como la papa, el café y las hortalizas. El clima es templado-húmedo, con temperaturas que oscilan entre los 14°C y 20°C. Las precipitaciones anuales alcanzan los 1,700 mm, con dos estaciones lluviosas. La topografía montañosa y el clima favorecen la producción agrícola, aunque algunas áreas necesitan manejo especial para evitar la erosión.

Hidrología:

El municipio está irrigado por el río Margua y diversas quebradas que nutren las áreas rurales. Estas fuentes hídricas son esenciales para las actividades agrícolas, ganaderas y el consumo humano. Sin embargo, la infraestructura de riego es limitada, lo que afecta la productividad durante

las temporadas secas, especialmente en las zonas alejadas de los cuerpos de agua principales.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Toledo tiene una población de 12,194 habitantes, de los cuales el 75% reside en áreas rurales. La población es mayoritariamente joven, con una mediana de edad de 27 años. La economía está centrada en la agricultura y la ganadería, siendo estas actividades las principales fuentes de empleo en el municipio. La migración hacia las ciudades en busca de mejores oportunidades laborales es común, lo que ha afectado el crecimiento poblacional.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Toledo está basada principalmente en la agricultura, con cultivos de papa, café y frutales como los principales productos comerciales. El comercio local es modesto y está orientado a satisfacer las necesidades básicas de la población rural. La ganadería extensiva también es importante, pero se realiza en pequeña escala. La falta de acceso a financiamiento y mercados formales ha limitado el desarrollo económico del municipio.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en Toledo está orientado hacia la agricultura de montaña, con cultivos de papa, café y frutales. Las tierras cercanas a los cuerpos de agua se utilizan para la producción agrícola, mientras que las áreas montañosas se destinan a la ganadería extensiva y a la conservación forestal. La conservación de las cuencas hídricas y la protección contra la erosión son fundamentales para mantener la productividad a largo plazo.

Sector Agrícola:

El cultivo de papa es la principal actividad agrícola en Toledo, seguido por el café y hortalizas como la cebolla y la zanahoria. La falta de acceso a tecnología agrícola moderna y la infraestructura de riego limitada son los principales desafíos que enfrentan los agricultores. A pesar de esto, las condiciones climáticas y del suelo son favorables para la producción de productos de alta calidad.

Sector Pecuario:

La ganadería en Toledo está orientada a la producción de carne y leche, con pequeños rebaños de ganado bovino. También se crían cerdos y aves de corral para el autoconsumo y el comercio local. La ganadería extensiva es común en las áreas montañosas, aunque enfrenta problemas relacionados con la falta de infraestructura adecuada y el acceso limitado a mercados formales.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, Toledo cuenta con 943 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son pequeñas y medianas, dedicadas a la producción de papa, café y productos de subsistencia. Las principales limitaciones incluyen la falta de acceso a tecnología agrícola moderna, infraestructura de transporte y riego deficiente, y el acceso limitado a financiamiento. A pesar de estos desafíos, las UPAs en Toledo tienen un alto potencial de crecimiento si se invierte en infraestructura y asistencia técnica.

MUNICPIO DE VILLA CARO

Localización:

Villa Caro está ubicado en el suroriente de Norte de Santander, en una zona montañosa de la cordillera Oriental, a una altitud de 2,400 metros sobre el nivel del mar. Se encuentra a 117 km de Cúcuta. Debido a su altitud, tiene un clima frío y está dedicado principalmente a la agricultura de clima templado.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de Villa Caro son arcillosos y volcánicos, con buena capacidad de retención de agua y una fertilidad media-alta, lo que los hace adecuados para el cultivo de papa, café y frutales. El clima es frío-húmedo, con temperaturas que oscilan entre los 8°C y 16°C. Las precipitaciones anuales son de aproximadamente 1,900 mm, distribuidas en dos estaciones lluviosas. Estos suelos y el clima permiten una agricultura de calidad, aunque las áreas montañosas requieren un manejo sostenible para evitar la erosión.

Hidrología:

El municipio es irrigado por varios ríos y quebradas, siendo el río Zulia uno de los principales afluentes que proporciona agua para el riego agrícola y el consumo humano. La abundancia de agua ha permitido el desarrollo de la agricultura, aunque la infraestructura de riego en algunas áreas rurales es insuficiente, lo que afecta la productividad durante la temporada seca.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Villa Caro tiene una población de 4,358 habitantes, de los cuales el 76% reside en áreas rurales. La población es

mayoritariamente joven, con una mediana de edad de 28 años, y se dedica principalmente a la agricultura. La migración hacia otras ciudades ha sido constante debido a la falta de oportunidades económicas en el municipio, lo que ha generado una disminución de la población activa.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Villa Caro está basada principalmente en la agricultura, con la papa y el café como los principales productos comerciales. El comercio local es limitado y se orienta a satisfacer las necesidades básicas de la población rural. La ganadería también es importante, aunque se practica en pequeña escala. La falta de acceso a financiamiento y asistencia técnica ha afectado la capacidad de los agricultores para mejorar la productividad de sus tierras.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en Villa Caro está orientado hacia la agricultura de montaña, con cultivos de papa, café y frutales. Las tierras más fértiles cercanas a los cuerpos de agua se utilizan para la producción agrícola, mientras que las áreas más montañosas se destinan a la ganadería extensiva y la conservación forestal. La protección de las cuencas hídricas y la reforestación son esenciales para evitar la erosión y garantizar la sostenibilidad a largo plazo.

Sector Agrícola:

El cultivo de papa es la principal actividad agrícola en Villa Caro, seguido por el café y frutales como el aguacate y los cítricos. Los agricultores enfrentan desafíos relacionados con la falta de acceso a tecnología agrícola moderna y financiamiento, lo que limita la capacidad para

aumentar la productividad. Sin embargo, las condiciones climáticas y del suelo son favorables para la producción de productos de alta calidad.

Sector Pecuario:

La ganadería en Villa Caro está orientada a la producción de carne y leche, con pequeños rebaños de ganado bovino. También se crían cerdos y aves de corral para el consumo local y el comercio en pequeña escala. La ganadería extensiva es común en las áreas montañosas, aunque enfrenta problemas relacionados con la falta de infraestructura adecuada y el acceso limitado a mercados formales.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, Villa Caro cuenta con 655 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son pequeñas y medianas, dedicadas a la producción de papa, café y productos de subsistencia. Las principales limitaciones incluyen la falta de acceso a infraestructura de riego, tecnología agrícola moderna y financiamiento insuficiente. A pesar de estos desafíos, las UPAs en Villa Caro tienen un gran potencial de crecimiento si se invierte en asistencia técnica y mejoras en la infraestructura agrícola.

MUNICPIO DE VILLA DEL ROSARIO

Localización:

Villa del Rosario está ubicado en la región nororiental de Norte de Santander, a solo 6 km de Cúcuta y a 320 metros sobre el nivel del mar. Es

un municipio fronterizo con Venezuela y parte de la zona metropolitana de Cúcuta. Su ubicación estratégica le confiere un papel importante en el comercio internacional y en la historia de Colombia, pues fue sede del Congreso de Cúcuta en 1821.

Aspectos edafoclimáticos:

Los suelos de Villa del Rosario son de origen aluvial, caracterizados por su textura franco-arcillosa y arenosa, lo que les otorga una fertilidad moderada. El clima es cálido-seco, con temperaturas que oscilan entre los 28°C y 32°C. Las precipitaciones anuales son moderadas, alcanzando los 900 mm, concentradas en dos estaciones lluviosas. El clima y los suelos permiten la producción de cultivos de ciclo corto, aunque la escasez de agua puede ser un problema en algunas áreas rurales.

Hidrología:

El río Táchira marca la frontera entre Colombia y Venezuela y pasa por Villa del Rosario, siendo una de las principales fuentes hídricas del municipio. También existen varias quebradas y arroyos menores. Sin embargo, la infraestructura de riego es limitada, lo que puede afectar la productividad en algunas zonas rurales, especialmente en la temporada seca.

Características demográficas:

Según el censo del DANE de 2018, Villa del Rosario tiene una población de 96,993 habitantes, siendo la gran mayoría urbana (80%). La proximidad a Cúcuta y la frontera con Venezuela han generado un crecimiento demográfico significativo. La población es joven, con una mediana de edad de 26 años, y muchos de sus habitantes trabajan en el sector comercial o en actividades relacionadas con el transporte internacional.

Aspectos socioeconómicos:

La economía de Villa del Rosario está centrada en el comercio, especialmente por su papel como municipio fronterizo y parte de la zona metropolitana de Cúcuta. La agricultura se limita a pequeñas áreas rurales, con la producción de cultivos como plátano y maíz. El turismo también juega un papel importante debido a su patrimonio histórico, como la Casa Natal del General Santander. El contrabando y el comercio informal son actividades económicas comunes debido a la cercanía con Venezuela.

Vocación del uso de suelo:

El uso del suelo en Villa del Rosario está orientado hacia el desarrollo urbano y el comercio, especialmente en las zonas cercanas a la frontera. Las áreas rurales están dedicadas principalmente a la agricultura de subsistencia y a la ganadería en pequeña escala. La expansión urbana ha reducido significativamente las tierras dedicadas a la agricultura.

Sector Agrícola:

El plátano, el maíz y algunas hortalizas son los principales cultivos en Villa del Rosario, aunque su producción es limitada debido a la expansión urbana y la escasez de agua. Los agricultores enfrentan problemas relacionados con la falta de acceso a tecnología agrícola moderna y la infraestructura de riego deficiente.

Sector Pecuario:

La ganadería en Villa del Rosario es de pequeña escala, orientada principalmente a la producción de carne y leche para el consumo local. También se crían aves de corral y cerdos, destinados al autoconsumo y al

comercio en pequeña escala. La falta de infraestructura adecuada y el acceso limitado a mercados formales son los principales desafíos para el desarrollo del sector pecuario.

Análisis de UPAs (Unidades de Producción Agropecuaria):

De acuerdo con el censo agropecuario del DANE 2014, Villa del Rosario cuenta con 569 Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs). La mayoría de estas UPAs son pequeñas, dedicadas a la producción de plátano, maíz y productos de subsistencia. Las principales limitaciones que enfrentan las UPAs incluyen la falta de infraestructura de riego, acceso limitado a tecnología agrícola moderna y la reducción de tierras agrícolas debido al crecimiento urbano.

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar y Consolidar una marca región que proyecte al departamento de Norte de Santander a nivel nacional e internacional, posicionando estratégicamente sus sectores productivos y fortaleciendo su identidad regional.

INDICADOR OBJETIVO

1) Marcas región diseñada y consolidada.
Medido a través de: Número
Meta: 1
Tipo Fuente: Documento oficial
Fuente de Verificación: Gobernación Norte de Santander - Secretaría de Desarrollo Económico y Productividad.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Fortalecer la articulación para el desarrollo de estrategias de visibilidad, reconocimiento y posicionamiento del departamento en el ámbito local, nacional e internacional.

- Identificar y Diseñar la una marca de regional sólida, reconocida y adoptada por los diferentes sectores del departamento.

- Incrementar el apoyo y la articulación para el desarrollo de eventos y acciones de difusión que visibilicen los sectores productivos del departamento.

ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN

La alternativa de solución comprende el desarrollo de estructurado de fases, que van avanzando de manera escalonada para lograr el desarrollo y consolidación de una marca región para Norte de Santander, que buscan potenciar la identidad y proyección del departamento a nivel nacional e internacional.

El primer momento o fase a ejecutar es la del diagnóstico y análisis inicial, la cual se basa en la recopilación de datos relevantes de los sectores productivos y la identidad regional, fundamental para comprender el contexto actual y definir los puntos de partida para el desarrollo de la marca.

Como segunda fase, se realizará el desarrollo de talleres, que contaran con la participación activa de los diferentes sectores productivos de la región, con los cuales se espera la creación participativa de elementos necesarias para lograr un producto incluyente que sea aceptado y apropiado por los habitantes y gremios del departamento. En estos talleres se utilizaran metodologías participativas como mapas mentales y análisis FODA, identificando oportunidades y desafíos específicos para cada sector, con el fin de generar una visión integral que guíe el proyecto.

Esta fase incluye un proceso de benchmarking, en el cual se identificarán destinos nacionales e internacionales con características similares a Norte de Santander, con el objetivo de analizar sus estrategias exitosas y adaptarlas al contexto local. Se incluirá un informe detallado que proporcionará recomendaciones concretas aplicables al desarrollo de la marca territorial en el departamento.

De igual forma se realizará la identificación de los valores y la formulación de una propuesta de valor para Norte de Santander. Se definirán los aspectos esenciales que hacen único al departamento, y a partir de ellos, se desarrollará una propuesta clara que resalte los valores y atractivos específicos del territorio.

Las fases siguientes abarcan el diseño de estrategias y planes (fase 3), con la planificación de campañas de contenido y estrategias digitales, así como la creación de la identidad visual y un manual de uso para garantizar una aplicación coherente de la marca en todos los soportes. La Fase de lanzamiento de la marca y finalmente, la fase 5 incluirá la implementación de Estrategias y Planes, utilizando herramientas como videos promocionales, redes sociales, y participaciones en ferias y eventos nacionales e internacionales para fortalecer la visibilidad del destino.

FASE 1: Diagnóstico y Análisis Inicial

En esta fase se realizará el diagnóstico y análisis inicial del departamento, con énfasis en los sectores productivos, patrimonio, cultura entre otros aspectos relevantes que impulsan el desarrollo regional. El objetivo de esta fase es obtener una visión integral de las dinámicas económicas, sociales y culturales que influyen en el crecimiento sostenible del departamento, sentando las bases para el desarrollo y posicionamiento estratégico de la marca a nivel nacional e internacional, consolidando un insumo importante para las siguientes fases del proyecto.

Durante la ejecución de esta fase se implementarán técnicas de investigación detallada para garantizar el logro en la recolección y análisis de información inicial necesaria.

Recolección de Datos Secundarios: Análisis de estudios previos, datos estadísticos oficiales, informes de entidades gubernamentales y académicas, y otras publicaciones relevantes que proporcionen un marco contextual.

Investigación de Campo: Implementación de estudios primarios que incluyen encuestas estructuradas, entrevistas profundas con líderes de opinión, empresarios, funcionarios públicos, académicos, y residentes locales. Además, se realizarán visitas a sitios clave para observación directa y recopilación de datos in situ.

Trabajo Participativo: Organización de sesiones de trabajo con diferentes grupos de interés para validar información, generar diálogo y fortalecer el compromiso comunitario con el proyecto.

Análisis Sectorial Detallado:

Agricultura y Ganadería:

Evaluación Completa de Cultivos y Prácticas Ganaderas: Examinación detallada de las principales prácticas agrícolas y de ganadería, incluyendo análisis de productividad, prácticas sostenibles y su integración con la agroindustria.

Cadenas de Valor Agropecuarias: Investigación sobre cómo se estructuran las cadenas de valor, identificando cuellos de botella y oportunidades de optimización y diversificación.

Impacto Socioeconómico y Ambiental: Estudio del impacto económico local, contribución al empleo y evaluación de prácticas de sostenibilidad ambiental.

Industria y Manufactura:

Diagnóstico del Sector Industrial: Análisis de las capacidades de manufactura existentes, potencial de expansión y necesidades tecnológicas.

Potencial de Innovación: Evaluación de la adopción tecnológica en los procesos industriales y su impacto en la competitividad del departamento.
Comercio:

Dinámica Comercial: Estudio de la estructura del comercio local, interacciones con otros sectores y su papel en la economía regional.

Promoción de Productos Locales: Estrategias para mejorar la visibilidad y comercialización de productos locales en mercados nacionales e internacionales.

Minería:

Análisis Sectorial: Evaluación de la actividad minera, su contribución económica, y los desafíos ambientales asociados.

Turismo Minero: Exploración del potencial para desarrollar el turismo minero como parte de la oferta turística del departamento.
Turismo:

Evaluación del Potencial Turístico: Identificación y análisis de recursos naturales y culturales que pueden ser promovidos turísticamente.

Desarrollo de Productos Turísticos Innovadores: Creación de propuestas para nuevos productos turísticos que aprovechen el patrimonio natural y cultural único del departamento.

Infraestructura Turística: Diagnóstico de la infraestructura existente y recomendaciones para mejoras necesarias para apoyar el crecimiento turístico.

Cultura e Identidad:

Patrimonio Cultural: Documentación del patrimonio cultural tangible e intangible, explorando formas de integrarlo en la narrativa de la Marca Región.

Fomento de las Artes y Tradiciones Locales: Estrategias para promover y preservar las artes locales y tradiciones como elementos clave de la identidad regional.

El principal entregable de esta fase será un Documento Comprensivo de Diagnóstico y Análisis, que incluya un informe detallado de los hallazgos

por cada sector analizado con propuestas preliminares para integrar los sectores productivos y culturales en la estrategia de Marca Región.

Este documento será vital para las fases subsiguientes del proyecto, asegurando que todas las decisiones y estrategias estén fundamentadas en un entendimiento profundo y bien documentado del Norte de Santander.

Además, este informe servirá como una herramienta de referencia esencial para todos los stakeholders involucrados, proporcionando una base de datos rica y accesible para futuras iniciativas de desarrollo regional.

FASE 2: Talleres con Representantes, Benchmarking, Identificación de valores y propuesta de valor

Esta fase se centra en la identificación y diseño de la Marca Región de Norte de Santander, a través de un proceso colaborativo y participativo con actores clave de los principales sectores. Esta etapa es fundamental para captar la diversidad y riqueza del departamento, garantizando que la marca refleje fielmente sus valores, oportunidades y potencial de desarrollo en los sectores productivo, cultural, social y político.

A través de talleres estratégicos, se busca generar una visión compartida de lo que representará la Marca Región, asegurando que esta esté alineada con las expectativas y necesidades de la región, así como con los mercados objetivos a los que se pretende llegar.

El objetivo de esta fase es involucrar a los representantes de los sectores clave en un proceso de co-creación, donde se identifiquen los elementos distintivos de la región que deben formar parte de su identidad y marca. Se pretende que la Marca Región no solo resalte los aspectos visuales, sino que capture la esencia del territorio, incluyendo su potencial productivo, cultural y social.

Sectores Clave Involucrados

Los talleres se realizarán con la participación activa de los principales sectores de la región, lo que permitirá obtener una visión integral y diversa de lo que representa Norte de Santander. A continuación, se detallan los sectores involucrados y su rol en el proceso:

1. **Sector Político**

Se convocará a autoridades locales y regionales, como alcaldes, gobernadores y representantes de entes gubernamentales, para asegurar que la marca esté alineada con las políticas públicas y los objetivos de desarrollo regional. La participación de este sector es crucial para garantizar que la Marca Región se vincule con las estrategias de largo plazo y los planes de desarrollo territorial, así como para obtener el respaldo institucional necesario.

Su objetivo es alinear la marca con las políticas de desarrollo local y regional, asegurando coherencia con los planes de desarrollo turístico, económico y social de Norte de Santander.

2. **Sector Empresarial**

En este sector, se invitará a las cámaras de comercio, empresarios locales, y potenciales inversionistas a participar en los talleres. La visión empresarial es fundamental para identificar las ventajas competitivas de la región en términos de productividad, innovación, y oportunidades de inversión.

Además, es esencial involucrar a inversionistas para asegurarse de que la marca resalte los aspectos que promuevan la atracción de capital externo.

Su objetivo es definir los valores y atributos que representen las oportunidades económicas y productivas de la región, impulsando el desarrollo de los sectores industriales, comerciales y agrícolas.

3. Sector Cultural

Se colaborará con organizaciones culturales y artísticas para identificar los elementos culturales distintivos que deben ser integrados en la Marca Región. Norte de Santander tiene una rica herencia cultural que incluye manifestaciones artísticas, tradiciones, patrimonio histórico y expresiones culturales locales, todas ellas valiosas para la construcción de la marca.

Su objetivo es incorporar los aspectos culturales únicos de la región, resaltando su patrimonio artístico, histórico y sus tradiciones como elementos clave de la identidad regional.

4. Sector Social

Al involucrar a los líderes comunitarios y organizaciones sociales, se garantizará que la Marca Región sea inclusiva y equitativa. Este sector será esencial para identificar los valores de cohesión social y participación comunitaria que deben reflejarse en la identidad del territorio. También se considerará la inclusión de grupos vulnerables, promoviendo una imagen de equidad e inclusión social.

Su objetivo es asegurar que la marca represente los valores de inclusión, equidad y participación ciudadana, reflejando un sentido de pertenencia y comunidad.

5. Sector Turístico

Este sector incluye a operadores turísticos, hoteles, agencias de viajes y otros actores clave que ayudarán a identificar las oportunidades y desafíos

del turismo en la región. Norte de Santander posee un gran potencial turístico que puede ser explotado a través de la Marca Región, incluyendo su biodiversidad, patrimonio cultural, atractivos naturales, y eventos locales. El enfoque aquí será resaltar estos aspectos para atraer turistas nacionales e internacionales.

Su objetivo es definir los elementos que fortalezcan la oferta turística de Norte de Santander, identificando oportunidades de promoción y desafíos para el sector.

Metodología de los Talleres

Para asegurar que este proceso de diseño sea participativo y enriquecedor, se implementarán diversas metodologías colaborativas que permitirán a los participantes expresar sus ideas y cocrear soluciones:

1. Dinámicas de Co-Creación

Se utilizarán técnicas de co-creación que fomenten la colaboración entre los participantes, tales como:

- Mapas mentales: Herramientas visuales para organizar ideas clave y generar conexiones entre los distintos elementos que conformarán la marca.
- Grupos focales: Mesas de trabajo temáticas donde se abordarán las fortalezas y desafíos de cada sector, permitiendo un diálogo abierto y fluido entre los actores.
- Brainstorming: Sesiones de lluvia de ideas para fomentar la creatividad y permitir la generación de conceptos innovadores que enriquezcan la construcción de la marca.

Estas dinámicas permiten captar la esencia y visión de cada sector, facilitando la identificación de atributos únicos y representativos de la región.

2. Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)
A través de un Análisis FODA, se identificarán los elementos internos y externos que influyen en el desarrollo de la región, tales como:

- Fortalezas: Elementos diferenciadores que posicionan a la región como competitiva en sectores clave (industria, agricultura, turismo).
- Oportunidades: Posibilidades de crecimiento y expansión de la región en nuevos mercados y áreas de inversión.
- Debilidades: Áreas que requieren mejorarse para maximizar el potencial de la marca.
- Amenazas: Factores externos que pueden representar un riesgo para la consolidación de la marca.

Este análisis proporcionará un panorama claro de las características de la región, ayudando a enfocar la estrategia de la Marca Región en sus principales fortalezas y oportunidades, al tiempo que aborda los desafíos y limitaciones existentes.

Se espera haber construido una base sólida sobre la cual diseñar la Marca Región de Norte de Santander. Los talleres permitirán definir los valores clave que deben guiar la identidad de la Marca Región; identificar los elementos visuales y narrativos que representen fielmente a la región; alinear los intereses de los diferentes sectores, asegurando que la Marca Región refleje las expectativas tanto del sector productivo, como del sector cultural y social, generar insumos para desarrollar los aspectos visuales, narrativos y estratégicos de la Marca Región. Este proceso

participativo no solo garantiza una marca auténtica y representativa, sino que también fortalece el compromiso de los diferentes sectores de la sociedad con el proyecto. La colaboración entre actores políticos, empresariales, culturales, sociales y turísticos contribuirá a crear una Marca Región sólida y coherente que posicione a Norte de Santander como un destino atractivo para el turismo, la inversión y el desarrollo sostenible.

Benchmarking

Esta orientada a la identificación, comparación y análisis de destinos nacionales e internacionales que compartan características similares a las de Norte de Santander. es esencial para conocer las experiencias exitosas de otras regiones, sus estrategias de marca y los elementos que han contribuido a su posicionamiento como destinos atractivos tanto para el turismo como para la inversión. A partir de este análisis comparativo, se podrán extraer buenas prácticas y lecciones aprendidas que servirán como base para diseñar e implementar estrategias efectivas para la Marca Región Norte de Santander.

El benchmarking es una técnica clave en los procesos de planificación estratégica porque permite aprender de los éxitos (y errores) de otros territorios, de modo que el diseño de la marca regional no solo esté basado en los valores y características propias de Norte de Santander, sino también en las estrategias comprobadas que han funcionado en otros destinos.

Con la ejecución de esta fase ser logrará identificar destinos nacionales e internacionales con características similares a Norte de Santander en términos de oferta cultural, desarrollo económico, y desafíos, realizar un

análisis comparativo entre estos destinos y la región, examinando sus estrategias de desarrollo, promoción y construcción de marca y documentar los hallazgos en un informe de benchmarking que incluya recomendaciones prácticas y estrategias aplicables a Norte de Santander para mejorar su posicionamiento como destino región atractiva para la inversión, a través de la ejecución de las siguientes actividades clave:

1. Identificación de Destinos Referentes

La primera actividad consiste en seleccionar una serie de destinos, tanto a nivel nacional como internacional, que compartan similitudes con Norte de Santander. Estas similitudes pueden estar relacionadas con aspectos geográficos, sociales, económicos y culturales. El objetivo es seleccionar destinos que hayan logrado consolidarse como marcas exitosas, de manera que puedan servir de referencia para guiar el diseño de la Marca Región.

Para la selección de destinos referentes se implementaran algunos de los siguientes criterios:

- Geografía y Clima Similar: Se buscarán destinos que compartan características geográficas, como climas de montaña, valles o regiones con biodiversidad. Estos destinos tendrán estrategias de turismo relacionadas con el ecoturismo, agroturismo, turismo de aventura, entre otros.
- Potencial Productivo Similar: Se seleccionarán destinos que, al igual que Norte de Santander, tengan una base económica diversificada, con sectores productivos fuertes como la agricultura, el comercio o la industria, que han utilizado estos activos para impulsar su marca territorial.

- Cultura y Patrimonio: También se buscarán regiones con un patrimonio cultural fuerte, que hayan aprovechado sus tradiciones, historia, y expresiones artísticas para generar una narrativa única para su marca.
- Desafíos Sociales y Económicos Similares: Se incluirán destinos que hayan superado desafíos sociales o económicos similares a los de Norte de Santander, tales como altos niveles de pobreza, migración o violencia, y que hayan utilizado la creación de su marca como una herramienta para revertir estos problemas.

2. *Análisis Comparativo de Estrategias*

Una vez seleccionados los destinos de referencia, se procederá a realizar un análisis comparativo de las estrategias que estos han implementado para consolidar su marca territorial. Este análisis no solo incluirá el aspecto visual de la marca (logotipos, eslogan, identidad gráfica), sino también las estrategias de posicionamiento y desarrollo económico que han permitido que estas regiones se conviertan en destinos atractivos; algunos elementos a evaluar en este análisis comparativos esta:

- Estrategia de Posicionamiento de Marca: Se evaluará cómo los destinos han construido una identidad de marca sólida, qué mensajes clave han utilizado para atraer turistas e inversionistas, y cómo se diferencian de otros destinos competidores.
- Narrativa y Propuesta de Valor: Se analizará la narrativa de cada destino: ¿cómo comunican su historia, su identidad y sus fortalezas? Se evaluarán las propuestas de valor utilizadas para atraer diferentes tipos de público, como inversionistas o nuevos residentes.
- Uso de los Recursos Naturales y Culturales: Cómo han integrado los atractivos naturales y culturales en sus estrategias de marketing, y cómo

han aprovechado estos recursos para generar experiencias únicas y sostenibles.

- Integración de Sectores Productivos: Se estudiará cómo los destinos han integrado sus sectores productivos (agricultura, industria, comercio).
- Estrategias de Marketing Digital: Se evaluará el uso de plataformas digitales (redes sociales, sitios web, blogs) para promocionar la marca, cómo han gestionado su presencia online y qué campañas han implementado para atraer inversionistas.
- Lecciones Aprendidas: Se identificarán las buenas prácticas que podrían ser aplicables en Norte de Santander, así como los errores o desafíos que estos destinos enfrentaron, para evitarlos en la estrategia de la Marca Región.

3. Elaboración del Informe de Benchmarking

Una vez completado el análisis comparativo, se elaborará un informe de benchmarking que documentará todos los hallazgos obtenidos durante la fase. Este informe será fundamental para la toma de decisiones en las fases posteriores del proyecto, ya que servirá como una guía para el desarrollo de la Marca Región Norte de Santander, el cual contendrá como mínimo los siguientes elementos:

- Descripción de los Destinos Referentes: Un perfil detallado de los destinos nacionales e internacionales seleccionados, incluyendo sus características clave y los motivos por los cuales fueron elegidos como referencia.
- Análisis de las Estrategias de Marca: Un resumen del análisis comparativo, destacando las estrategias más efectivas que podrían ser replicadas o adaptadas en Norte de Santander.

- Buenas Prácticas y Lecciones Aprendidas: Un apartado dedicado a las buenas prácticas que se han identificado en los destinos referentes, así como a las lecciones aprendidas que puedan ser aplicables al contexto de Norte de Santander.
- Recomendaciones: Basado en el análisis, se proporcionarán una serie de recomendaciones prácticas y estratégicas para la implementación de la Marca Región, incluyendo sugerencias sobre cómo integrar los sectores productivo y cultural en la narrativa de la marca, cómo atraer inversión, y cómo promover la sostenibilidad de visitantes.

Identificación de valores y propuesta de valor

Esta enfocada en la identificación de los valores territoriales y la creación de una propuesta de valor sólida y diferenciada para la región de Norte de Santander. Esta fase es crítica para el desarrollo de la Marca Región, ya que establece las bases sobre las cuales se construirá la identidad de la región y cómo se proyectará hacia los diferentes públicos, tanto internos (habitantes locales, comunidades y empresas) como externos (turistas, inversionistas, y actores internacionales).

Se busca definir los elementos centrales que hacen de Norte de Santander un lugar único y atractivo, aprovechando sus fortalezas territoriales y su riqueza cultural, natural y productiva. Los valores territoriales y la propuesta de valor deben reflejar la identidad de la región y destacar sus características más atractivas para posicionarla de manera competitiva y auténtica frente a otros destinos o regiones.

Como objetivos de esta fase se encuentra el definir los valores territoriales que representan la esencia de Norte de Santander, esos elementos

intrínsecos que deben formar parte de su identidad como región y desarrollar una propuesta de valor que resalte los aspectos únicos y atractivos del departamento, tanto a nivel cultural, económico y social, como en términos de su potencial para la inversión y el desarrollo sostenible.

Esta fase sirve como piedra angular para guiar las estrategias de marketing, comunicación y promoción de la Marca Región, garantizando que el mensaje proyectado sea coherente con la realidad local y atractivamente diferenciado.

1. Identificación de Valores Territoriales: La primera tarea es identificar los valores territoriales que definen a Norte de Santander. Los valores territoriales son esos principios, características o cualidades que constituyen la esencia del territorio, los cuales serán fundamentales para construir la identidad de la Marca Región. Estos valores deben surgir de la interacción entre los sectores locales, la comunidad y los diferentes actores sociales, económicos y culturales de la región.

¿Qué son los Valores Territoriales?
Los valores territoriales son las cualidades intrínsecas del lugar, aquellos atributos que lo hacen especial y que sus habitantes valoran y desean preservar. Estos valores no solo incluyen aspectos tangibles, como los recursos naturales o la infraestructura, sino también valores intangibles como la historia, la cultura, la identidad local, la cohesión social, y los valores éticos o morales que comparten sus habitantes.

En este sentido, los valores territoriales de Norte de Santander deben incluir una mezcla de los siguientes aspectos:

- Riqueza Natural y Biodiversidad: El departamento de Norte de Santander posee una biodiversidad y recursos naturales únicos, incluyendo montañas, valles, ríos, y parques naturales. Esta riqueza natural es uno de los mayores valores territoriales que puede atraer inversionistas interesados en proyectos sostenibles y ecológicos.
- Cultura e Historia: La región cuenta con una herencia cultural y una historia ricas. Desde la época precolombina hasta la independencia de Colombia, Norte de Santander ha jugado un papel importante en la formación del país. Este patrimonio histórico es un valor fundamental que fortalece la identidad del territorio y es atractivo para quienes buscan experiencias culturales auténticas.
- Productividad Agrícola: Norte de Santander tiene una base económica importante en la agricultura y la ganadería, siendo estos sectores clave para la región. La producción de café, cacao, caña de azúcar, entre otros productos, son valores territoriales que representan el dinamismo económico de la región y su capacidad para generar productos de alta calidad.
- Diversidad Cultural y Étnica: El departamento es hogar de una diversidad de culturas y comunidades, incluyendo pueblos indígenas y afrodescendientes, que aportan una gran riqueza en tradiciones, costumbres y expresiones artísticas. Estos elementos son cruciales para la narrativa territorial y el diseño de experiencias culturales.
- Espíritu Emprendedor y Resiliente: Los habitantes de Norte de Santander han mostrado un espíritu resiliente y emprendedor, superando desafíos económicos, sociales y ambientales. Este valor territorial es clave para proyectar una imagen de progreso, innovación y capacidad de adaptación, lo que puede atraer a inversionistas y empresas que buscan regiones dinámicas y con potencial de crecimiento.

La identificación de los valores territoriales se llevará a cabo mediante un proceso participativo que involucre a los diferentes sectores de la sociedad, incorporando los avances de los anteriores fases tales como:

- Talleres con actores clave: Organizados con representantes de los sectores productivos, culturales, políticos y sociales, se identificarán los valores más representativos del territorio a través de dinámicas participativas (co-creación, mapas mentales, brainstorming, etc.).
- Consultas comunitarias: Se realizarán consultas con las comunidades locales para obtener una visión más inclusiva de los valores que los habitantes consideran fundamentales para su identidad territorial.
- Revisión de documentos históricos y culturales: El análisis de la historia y cultura del territorio proporcionará una base sólida para identificar los elementos distintivos y auténticos de la región.

Resultados Esperados de la Identificación de Valores Territoriales

- Lista de valores esenciales: Una lista bien definida de los valores fundamentales que deben guiar la construcción de la Marca Región, tales como biodiversidad, productividad, patrimonio cultural, cohesión social, entre otros.
- Mapa de valores territoriales: Un documento que muestre gráficamente la interrelación entre los diferentes valores identificados y cómo estos pueden integrarse en la narrativa de la Marca Región.

Una vez que se han identificado los valores territoriales, el siguiente paso es desarrollar una propuesta de valor que sea atractiva y diferenciada para los públicos externos e internos. La propuesta de valor es el conjunto de beneficios únicos y distintivos que una región puede ofrecer, ya sea a inversores, empresas o a su propia población.

¿Qué es la Propuesta de Valor?

La propuesta de valor de una región responde a la pregunta: ¿Por qué alguien debería interesarse en Norte de Santander? Esta propuesta debe destacar los elementos que hacen que la región sea única y atractiva en comparación con otras, y debe estar alineada con las expectativas y necesidades de los diferentes públicos objetivos (inversionistas, nuevos residentes, etc.).

Algunos elementos clave de la Propuesta de Valor de Norte de Santander puede, de acuerdo a la información lograda en las fases anteriores, puede contener los siguientes aspectos:

1. Riqueza Natural: Se destacará el potencial de la región como destino para actividades al aire libre, aprovechando su biodiversidad, parques naturales, y paisajes únicos. Esto atraerá a visitantes interesados en experiencias en contacto con la naturaleza.
2. Patrimonio Cultural e Histórico: La propuesta de valor debe resaltar la riqueza cultural e histórica de la región, promoviendo a Norte de Santander como un destino con una fuerte identidad histórica, desde sus pueblos coloniales hasta sus tradiciones culturales.
3. Oportunidades de Inversión en Sectores Productivos: Norte de Santander ofrece oportunidades significativas de inversión en sectores productivos como la agricultura, la industria y el comercio. La propuesta de valor destacará la competitividad de estos sectores y su capacidad para generar productos de alta calidad y exportación.
4. Diversidad y Autenticidad Cultural: Se destacará la diversidad étnica y cultural del departamento, promoviendo experiencias auténticas para los

visitantes y un ambiente inclusivo para los inversionistas y empresas que busquen un territorio con una comunidad diversa y vibrante.

5. Calidad de Vida y Bienestar: La región ofrece una alta calidad de vida en términos de bienestar, tranquilidad y contacto con la naturaleza, lo que puede atraer tanto a nuevos residentes como a empresas interesadas en mejorar la calidad de vida de sus empleados.

6. Sostenibilidad y Resiliencia: La región de Norte de Santander tiene un gran potencial para el desarrollo sostenible, tanto en términos de turismo como de producción agrícola y energética. La propuesta de valor incluirá el compromiso con la sostenibilidad y la resiliencia ante los cambios globales, atrayendo así a inversionistas y turistas con un enfoque sostenible.

FASE 3: Diseño de Estrategias y Planes, Diseño de la Marca y Manual de Uso

En esta Fase, se elaboran las estrategias clave para proyectar la Marca Región de Norte de Santander y asegurar su promoción efectiva tanto a nivel nacional como internacional. Esta fase busca establecer los caminos a seguir para comunicar la propuesta de valor y la narrativa del destino a través de distintos medios y plataformas, logrando un impacto duradero y atractivo para diversos públicos, incluidos inversionistas, residentes locales y actores externos.

Esta fase comprende la creación de una estrategia de contenidos, una estrategia digital que maximice el uso de plataformas en línea, y un plan de relaciones públicas y eventos para generar visibilidad del destino. La combinación de estas estrategias tiene como objetivo fortalecer el posicionamiento de Norte de Santander como una región única y competitiva.

1. Estrategia de Contenidos

La estrategia de contenidos es esencial para estructurar cómo se comunicará la propuesta de valor de la Marca Región y la narrativa del destino. Los contenidos generados serán los vehículos clave para resaltar las fortalezas del territorio y conectar con los diferentes públicos. Esta estrategia también ayuda a unificar la identidad visual y narrativa de la región, haciendo que el mensaje sea coherente en todos los canales.

Elementos Clave de la Estrategia de Contenidos

a. Planificación de Contenidos: Se debe planificar qué tipo de contenido se producirá y cómo se distribuirá, alineado con los valores de la región. Los contenidos pueden ser de diversos tipos:

- Artículos y blogs: Destinados a contar la historia del territorio, los valores culturales, las experiencias turísticas y las oportunidades de inversión.
- Videos promocionales: Resaltando los paisajes, la historia y la cultura de la región, diseñados para atraer a turistas y empresarios.
- Fotografías y galerías visuales: Imágenes de alta calidad que capturen la belleza natural y los eventos culturales del territorio, para usar en redes sociales, sitios web y publicidad.

b. Narrativa Adaptada: La narrativa debe ajustarse a diferentes tipos de públicos. Por ejemplo:

- Visitantes: Contenidos que destaquen las experiencias únicas y atractivas de Norte de Santander, con el fin de contar con nuevos residentes.
- Inversionistas: Contenidos que pongan énfasis en las oportunidades de inversión en sectores clave como la agricultura, industria y turismo.

c. Calendario Editorial: Es fundamental tener un calendario editorial que establezca los tiempos de publicación de los contenidos, manteniendo un flujo constante de mensajes que mantengan el interés del público a lo largo del tiempo.

Con la ejecución de este componente se espera lograr:

- Mayor cohesión en la comunicación: Un mensaje claro y coherente que refuerce la narrativa de la Marca Región.

- Incremento en el reconocimiento de la marca: Contenidos que posicionen a Norte de Santander como un destino de referencia para inversionistas.
- Interacción constante: Publicaciones periódicas que mantengan el interés del público.

2. Estrategia Digital

La estrategia digital es esencial para amplificar el alcance de la Marca Región a través de las plataformas en línea, permitiendo la difusión de contenidos a nivel global. Esta estrategia aprovecha los canales digitales más efectivos, como las redes sociales, el sitio web oficial y las plataformas de video, para alcanzar a audiencias locales e internacionales de manera dinámica y eficaz.

Elementos Clave de la Estrategia Digital

a. Campañas en Redes Sociales: Las redes sociales son un canal esencial para alcanzar audiencias masivas y diversificadas. Algunas plataformas clave incluyen:
   - Instagram y Facebook: Para compartir contenidos visuales, como fotografías de la región, videos promocionales y publicaciones sobre eventos y actividades.
   - YouTube: Para distribuir videos de mayor duración que muestren experiencias inmersivas de la región, entrevistas con residentes locales y recorridos por la región.
   - Twitter: Para campañas orientadas a atraer inversionistas, promocionando oportunidades de desarrollo económico y proyectos de inversión en la región.

b. Sitio Web Oficial: El sitio web será el centro digital de la Marca Región, ofreciendo información exhaustiva sobre la región, sus valores y atractivos. Este sitio debe ser:
   - Visualmente atractivo: Utilizando la identidad visual de la marca para mantener coherencia.
   - Fácil de navegar: Con una estructura clara que permita al visitante encontrar fácilmente información sobre inversión y eventos.
   - Optimizado para SEO: Para asegurarse de que aparezca en los primeros resultados de los motores de búsqueda.
   - Publicidad Digital: Las campañas pagadas en redes sociales y Google Ads se usarán para amplificar la visibilidad de la Marca Región, segmentando el público para atraer a personas interesadas en negocios y desarrollo económico.

Con la ejecución de este componente se espera lograr:

- Ampliación del alcance digital: Aumento de la visibilidad de la Marca Región en todo el mundo a través de campañas digitales bien dirigidas.
- Incremento en la interacción del público: Mayor participación e interacción del público con los contenidos en redes sociales y en el sitio web.
- Tráfico incrementado en el sitio web: Un mayor número de visitantes al sitio web, lo que implica mayor interés en el destino y sus oportunidades.

3. Relaciones Públicas y Eventos

La estrategia de relaciones públicas y eventos tiene como objetivo aumentar la visibilidad de la Marca Región mediante el desarrollo de eventos promocionales y el establecimiento de relaciones con medios de

comunicación, influenciadores y actores clave. Esta estrategia refuerza la presencia de la región en eventos locales, nacionales e internacionales.

Elementos Clave de las Relaciones Públicas y Eventos

a. **Organización de Eventos Promocionales:** Se llevarán a cabo eventos especiales que promuevan los valores y atractivos de Norte de Santander, tales como:

- Eventos culturales: Ferias, festivales de música o gastronomía, eventos culturales que muestren la riqueza cultural y natural de la región.
- Eventos empresariales: Conferencias y foros de inversión donde se presenten las oportunidades económicas de la región a inversionistas y empresarios.

b. **Relaciones con Medios de Comunicación:** Se desarrollará un plan de relaciones públicas para asegurar que los medios de comunicación locales, nacionales e internacionales cubran los eventos y las noticias sobre el desarrollo de la Marca Región.

c. **Colaboración con Influencers y Embajadores de Marca:** Se seleccionarán influencers y embajadores de la marca que puedan promocionar la región a través de sus plataformas, generando mayor alcance y visibilidad para Norte de Santander.

Con la ejecución de este componente se espera lograr:

- Cobertura mediática amplia: Aumento en la cobertura de medios de comunicación sobre la región, lo que elevará su perfil como destino.

- Incremento en la participación en eventos: Mayor participación en eventos culturales y turísticos que atraigan tanto a locales como a visitantes.
- Mayor visibilidad de la marca: Refuerzo de la presencia de la Marca Región en foros internacionales, lo que aumentará el conocimiento del destino.

Diseño de la Marca y Manual de Uso

El Diseño de la Marca y el Manual de Uso es fundamental para establecer una identidad visual sólida y profesional para la Marca Región de Norte de Santander. Esta fase no solo implica la creación de un logo y otros elementos visuales, sino también el desarrollo de un manual de uso de la marca que asegure una aplicación coherente y consistente en todos los contextos y plataformas. El diseño de la marca debe encapsular los valores, la identidad y la propuesta de valor de la región.

1. Diseño de la Identidad Visual

La identidad visual es el conjunto de elementos gráficos que representan visualmente la Marca Región. La identidad visual debe ser coherente con la idea central y la narrativa desarrollada en fases anteriores, reflejando los valores fundamentales del territorio y proyectando una imagen única y atractiva.

Elementos Clave del Diseño de la Identidad Visual

a. Logo: El logo será el símbolo visual más representativo de la Marca Región. Debe ser sencillo, memorable y capaz de transmitir la esencia de Norte de Santander. El logo debe:
   - Reflejar los valores del territorio: Como su riqueza natural, diversidad cultural y oportunidades de crecimiento.
   - Ser versátil y adaptable: Para usarse en diferentes formatos y tamaños, desde vallas publicitarias hasta tarjetas de presentación.

b. Colores Corporativos: Los colores elegidos deben estar alineados con los elementos más representativos de la región, como los colores de sus paisajes naturales (montañas, ríos, flora) y su cultura. Los colores deben transmitir los valores de autenticidad, riqueza natural y diversidad cultural.

c. Tipografía: La tipografía usada en la marca debe ser legible y profesional, pero también debe tener personalidad y adaptarse a la identidad general del destino.

d. Iconografía y Elementos Gráficos: Además del logo, la identidad visual puede incluir iconos o gráficos adicionales que se relacionen con los valores de la región. Estos elementos pueden usarse en el diseño de materiales promocionales y digitales.

Como entregables de esta trabajo se obtendrá Un logo y diseño visual distintivo, Un diseño que represente la esencia de Norte de Santander, y que sea reconocido de manera instantánea tanto por locales como por extranjeros con Una identidad visual coherente que refuerce la imagen del destino en todos los contextos.

2. Manual de Uso de la Marca

El manual de uso de la marca es un documento esencial que establece las directrices para la aplicación correcta y coherente de la identidad visual en todos los soportes y contextos. Este manual garantiza que la marca sea utilizada de manera profesional y estandarizada, evitando errores o usos incorrectos que puedan diluir la identidad del destino.

Elementos Clave del Manual de Uso de la Marca

a. Guía del Uso del Logo: El manual especificará cómo debe utilizarse el logo en diferentes aplicaciones, incluyendo variaciones permitidas (en color, blanco y negro, en vertical u horizontal) y los usos prohibidos (alteraciones, distorsiones o aplicaciones incorrectas).
b. Colores Corporativos y Tipografía: El manual detallará los códigos de color exactos (en formatos como RGB, CMYK y Pantone) y las tipografías que deben usarse en todos los materiales de comunicación.
c. Aplicaciones en Diferentes Soportes: El manual incluirá ejemplos de cómo aplicar la marca en distintos soportes:
    - Materiales impresos: Como folletos, carteles y tarjetas de presentación.
    - Medios digitales: Uso en sitios web, redes sociales y banners digitales.
    - Publicidad exterior: Aplicaciones en vallas publicitarias, pancartas y stands en eventos.
    - Normas de Protección de la Marca: Se establecerán directrices sobre cómo proteger la integridad de la marca y evitar usos no autorizados o incorrectos.

Con la ejecución de este componente se espera lograr:

- El Uso consistente de la marca: El manual asegura que la identidad visual de la Marca Región se aplique de manera uniforme y correcta en todos los soportes.
- La Protección de la marca: Evita que la marca se vea diluida o mal representada, manteniendo la integridad y el impacto visual a lo largo del tiempo.

Fase 4: Evento de Lanzamiento de la Marca Región.

Esta fase de organización del evento de lanzamiento de la Marca Región para el Departamento de Norte de Santander representa un momento crucial en la estrategia de posicionamiento de la identidad regional. Este evento será la plataforma perfecta para revelar la marca, sus valores y su visión, generando una conexión profunda con los stakeholders clave y la comunidad en general. El objetivo principal es mostrar el potencial del departamento y la riqueza de su cultura, naturaleza y economía, consolidando la región como un destino atractivo y confiable para inversiones y turismo. La planificación meticulosa de cada detalle permitirá que el evento no solo sea un éxito en términos de asistencia, sino también en el impacto positivo que dejará en los asistentes y en la percepción pública.

Para garantizar el éxito del evento, se debe realizar una invitación exclusiva a stakeholders estratégicos, tales como inversores, empresas locales e internacionales, operadores turísticos y representantes de medios de comunicación nacionales e internacionales. La selección de invitados es fundamental, ya que estos serán aliados en la proyección de la Marca Región, y sus opiniones y experiencias influirán en la percepción que otros tengan del departamento. Una vez conformada la lista de invitados, se enviarán invitaciones personalizadas que incluyan detalles sobre el evento, resaltando su importancia y los beneficios de asistir, lo que contribuirá a despertar el interés y a asegurar una alta participación.

La elección del lugar para el lanzamiento debe ser representativa y reflejar los valores de la Marca Región. Puede ser un sitio emblemático del departamento que permita destacar la riqueza natural y cultural del

territorio. La ambientación debe estar en sintonía con la identidad de la marca, utilizando elementos decorativos y visuales que refuercen los conceptos de autenticidad, sostenibilidad y desarrollo. Además, el lugar debe contar con la infraestructura y tecnología necesaria para realizar presentaciones audiovisuales de alta calidad, exhibiciones y experiencias interactivas que mantengan a los asistentes inmersos en la narrativa de la Marca Región.

El contenido del evento también jugará un papel fundamental. Se organizarán intervenciones de representantes gubernamentales, líderes empresariales y expertos en turismo, quienes compartirán su visión sobre la importancia de la Marca Región y el impacto positivo que tendrá en el desarrollo de Norte de Santander. Además, se realizarán presentaciones audiovisuales que muestren los paisajes, la cultura y los sectores productivos del departamento, creando una experiencia envolvente para los asistentes. Este contenido debe estar cuidadosamente diseñado para resaltar los atributos de la marca y crear una conexión emocional con el público, lo que facilitará que los stakeholders se sientan parte de esta iniciativa.

La interacción con los asistentes será clave para fortalecer las relaciones con los stakeholders. Se habilitarán espacios de networking para que los invitados puedan interactuar entre sí y establecer contactos estratégicos. Además, se crearán áreas específicas para reuniones entre los organizadores del evento y los stakeholders, brindándoles la oportunidad de profundizar en temas de interés y explorar posibles alianzas. La presencia de medios de comunicación será gestionada para asegurar una cobertura adecuada, y se establecerán espacios para entrevistas y ruedas

de prensa, maximizando el alcance de la marca y garantizando que el evento tenga un impacto mediático.

FASE 5: Ejecución de Estrategias y Planes para la Implementación de la Marca Región del Norte de Santander

La Ejecución de Estrategias y Planes representa el culmen del proceso de implementación de la Marca Región del Norte de Santander. Esta fase es crítica ya que se materializan todas las estrategias y planificaciones desarrolladas en las fases anteriores, impulsando la marca al mercado con una serie coordinada de campañas y eventos diseñados para maximizar su visibilidad e impacto.

El objetivo principal es promover la marca en múltiples canales y plataformas para maximizar su visibilidad y fortalecer la identidad de Norte de Santander tanto a nivel nacional como internacional. En las cuales se incluye.

1. Producción de Contenidos

La producción de contenidos es esencial para construir una narrativa sólida y coherente que refleje los valores, la riqueza cultural, y los atractivos naturales y económicos de Norte de Santander. La producción de contenido visual se centrará en la creación de materiales gráficos de alta calidad, que incluyen imágenes y diseños que reflejen la autenticidad y diversidad de la región. Un especialista en contenido visual se encargará de diseñar y editar estos materiales para que cumplan con los estándares de la marca y sean consistentes en todas las plataformas. Estos gráficos se utilizarán en campañas publicitarias, redes sociales y materiales impresos.

En cuanto al contenido de audio, se emplearán técnicas de grabación y edición profesional para crear una experiencia auditiva atractiva que acompañe videos y podcasts promocionales. El objetivo es captar la atención del público a través de una mezcla de música, narración y sonidos que evoquen la esencia de Norte de Santander. Además, se producirán videos promocionales que muestren los paisajes, eventos culturales y oportunidades económicas del departamento. Los videos incluirán entrevistas con líderes locales y empresarios, así como testimonios de visitantes, para dar un toque personal y auténtico.

La redacción de artículos y blogs será otra área importante dentro de la producción de contenido. Profesionales en redacción crearán historias que resaltarán los valores de la región, la historia detrás de la Marca Región, y los beneficios de visitar o invertir en Norte de Santander. Estos artículos se publicarán en el sitio web de la marca y en plataformas de contenido relevante, atrayendo a un público que busca experiencias y conocimiento profundo sobre la región.

La fotografía profesional jugará un papel crucial en esta fase, ya que capturar la belleza natural y cultural del departamento en imágenes impactantes ayudará a promover la región en múltiples plataformas. Los fotógrafos realizarán sesiones en diferentes municipios y sitios turísticos, documentando tanto los paisajes como las tradiciones culturales, los productos locales y la vida cotidiana de la gente de Norte de Santander. Estas imágenes serán utilizadas en campañas publicitarias y en el sitio web, reforzando la narrativa visual de la marca.

Además, se contratarán promotores de marca que llevarán la imagen de la Marca Región a eventos y actividades en diferentes puntos de la región.

Estos promotores estarán capacitados para montar y desmontar stands móviles y tendrán una formación en atención al cliente y promoción de la marca. Finalmente, un asesor profesional supervisará todas las actividades de producción de contenido para asegurar que cada elemento se alinee con los objetivos de la marca y mantenga una consistencia visual y conceptual en todas las acciones de comunicación.

2. Publicidad y Medios

La estrategia de publicidad y medios es una de las inversiones más significativas dentro de esta fase. Se desplegarán campañas en televisión que incluirán comerciales y anuncios en canales nacionales y regionales. Estas campañas buscarán llegar a una amplia audiencia, generando conciencia sobre la Marca Región y sus atributos. La publicidad en televisión destacará los paisajes, las oportunidades económicas y las experiencias únicas que ofrece Norte de Santander, con el fin de captar la atención de turistas, inversionistas y el público general.

La radio será otro canal clave, con anuncios en emisoras locales y nacionales que alcancen a audiencias que consumen este medio a diario, especialmente en áreas rurales y en la población local. Los anuncios en radio estarán diseñados para generar interés en eventos y actividades de la Marca Región y para invitar a la comunidad a participar en el desarrollo del proyecto.

La publicidad en prensa escrita se llevará a cabo mediante inserciones en periódicos y revistas de alto prestigio y gran circulación. Estos espacios permitirán llegar a un público lector que valora la información detallada y la credibilidad de la prensa. Los artículos y anuncios destacarán la historia y

los objetivos de la Marca Región, y se enfocarán en posicionar a Norte de Santander como un lugar ideal para la inversión.

Además de los medios tradicionales, se invertirán recursos en medios alternativos, como pantallas digitales en zonas de alto tránsito y espacios públicos estratégicos. Esta estrategia garantiza una presencia constante y dinámica de la Marca Región en puntos de alta visibilidad. Por otro lado, las estrategias en redes sociales serán vitales para alcanzar a audiencias jóvenes y tecnológicamente conectadas. Se lanzarán campañas en plataformas como Facebook, Instagram y YouTube, donde se compartirá contenido multimedia y se promoverán actividades y eventos. La colaboración con influencers permitirá llegar a públicos específicos a través de la credibilidad y el alcance de estos líderes de opinión en redes sociales.

Para asegurar una presencia física de la marca en la región, se instalarán vallas publicitarias en puntos estratégicos, como carreteras y zonas urbanas concurridas, proporcionando una visibilidad constante que refuerza la recordación de la Marca Región entre la población local y los visitantes.

3. Materiales Promocionales

Los materiales promocionales jugarán un papel importante en la creación de un vínculo tangible entre la marca y el público. Se producirán mugs, agendas argolladas y termos personalizados con el logo y los colores de la Marca Región, que serán entregados en eventos y ferias. Estos productos no solo funcionarán como recuerdos, sino también como herramientas de

promoción que los receptores utilizarán en su vida diaria, manteniendo la marca en sus pensamientos.

Se diseñarán souvenirs en empaques alusivos a la región que incluirán productos locales, como dulces típicos y artesanías, que representen la riqueza cultural y gastronómica de Norte de Santander. Estos souvenirs se distribuirán en eventos y ferias como un gesto de bienvenida y agradecimiento a los visitantes e inversionistas interesados en la región.

Para mejorar la cobertura mediática y atraer a periodistas y blogueros, se organizarán viajes de familiarización para que estos puedan conocer de primera mano las oportunidades y atractivos de la región. Estos viajes incluirán alojamiento, alimentación y visitas guiadas a los principales sitios turísticos, lo que facilitará la creación de contenidos auténticos y positivos sobre Norte de Santander en los medios.

Además, se realizarán capacitaciones para gremios receptores de turistas, como taxistas, hoteles y agencias de viajes. Estas capacitaciones estarán enfocadas en mejorar la atención y orientación a los turistas, proporcionando a estos gremios la información necesaria sobre la Marca Región y los puntos de interés del departamento. Cada capacitación incluirá un refrigerio y la entrega de un souvenir, asegurando que los participantes tengan una experiencia completa y memorable.

4. Apoyo a Eventos Locales y Nacionales

La Marca Región también se promocionará a través de ferias locales, nacionales e internacionales, en las que participará con stands bien diseñados que permitirán a los visitantes conocer la identidad y los

atractivos de la región. La presencia en estas ferias no solo busca atraer turistas, sino también generar oportunidades de negocio y alianzas estratégicas.

Además, se organizarán ferias comerciales propias en el departamento, donde empresas locales, artesanos y productores tendrán la oportunidad de mostrar sus productos y servicios, fomentando así el comercio local y el sentido de pertenencia hacia la Marca Región.

En paralelo, se apoyará la participación en eventos culturales, académicos y de ciencia y tecnología que atraigan a diversos públicos interesados en el desarrollo cultural y científico de la región. También se implementarán Puntos de Información Turística (PIT) en el aeropuerto y centros comerciales, proporcionando a los visitantes información relevante y accesible sobre la región y sus atracciones.

5. Estrategia Digital y Web

Por último, la estrategia digital y web asegurará una presencia en línea profesional y accesible para la Marca Región. El sitio web oficial servirá como plataforma central de información, permitiendo a los usuarios conocer en profundidad los valores y atractivos de Norte de Santander. Además, la aplicación móvil ofrecerá una experiencia interactiva, brindando información en tiempo real sobre eventos, rutas turísticas y noticias de la región.

MODELO DE GOBERNANZA

El Proyecto de Desarrollo y Consolidación de la Marca Región busca posicionar estratégicamente los sectores productivos, la oferta turística, y el patrimonio e identidad cultural del departamento de Norte de Santander. Dada la complejidad y la importancia del proyecto, se requiere un modelo de gobernanza amplio e inclusivo, que permita la toma de decisiones eficaces a través de una sólida gestión pública y privada.

Este modelo propone una estructura de gobernanza que involucra a los principales actores regionales y nacionales, desde el gobierno hasta el sector privado y las comunidades locales, asegurando una alineación de intereses y esfuerzos.

1. Consejo Superior de Gobernanza

Composición

El Consejo Superior de Gobernanza es el órgano más alto de decisión estratégica dentro del proyecto. Está compuesto por:

- **Gobernador del departamento:** Como máximo representante del gobierno departamental, aportando desde su rol en la coordinación y ejecución de planes y programas de desarrollo económico y social, así como de obras públicas a nivel regional
- **Secretario de Desarrollo Económico y Competitividad:** Representa al sector desde el gobierno departamental, aportando la visión estratégica alineada con las políticas públicas de desarrollo económico y competitividad.
- **Representante de los Alcaldes del Departamento:** Un alcalde designado por sus colegas para representar los intereses municipales.

- **Representante de la Cámara de Comercio de Norte de Santander:** Aporta la perspectiva del sector privado y el comercio regional.
- **Representante de Sectores Productivos:** Líder de los sectores clave como agricultura, industria, turismo y minería. Este actor garantizará que las decisiones del proyecto estén alineadas con las necesidades y oportunidades de los sectores productivos.
- **Representantes de la Sociedad Civil y Sector Cultural:** Líder que representante a los comunitarios y culturales garantizando la integración de la identidad local en la marca.

Funciones del Consejo Superior de Gobernanza

- **Supervisar y evaluar** el progreso del proyecto en sus diversas etapas.
- **Facilitar la colaboración intersectorial**, asegurando la participación activa de todos los actores relevantes en el proceso de consolidación de la marca.
- **Promover la integración de la Marca Región** en las políticas de desarrollo regional y nacional, asegurando su sostenibilidad a largo plazo.

2. Comité de Dirección

Composición

Este comité es responsable de la gestión operativa del proyecto. Está compuesto por:

- **Director del Proyecto:** Un profesional con experiencia en la gestión de proyectos de marca territorial, responsable de la coordinación general y el cumplimiento de los objetivos.
- **Gerentes de Fase:** Cada fase del proyecto tendrá un gerente designado, responsable de la planificación y ejecución de las actividades específicas de su fase.

Funciones del Comité de Dirección

- **Coordinar la implementación diaria** del proyecto, asegurando que cada fase avance conforme a los plazos y objetivos establecidos.
- **Gestionar los recursos** asignados para cada fase, incluyendo presupuesto, personal y logística.
- **Monitorear los resultados e impactos**, ajustando las tácticas en caso de que sea necesario, y asegurando una alineación continua con la visión estratégica definida por el Consejo Superior.
- **Mantener la comunicación directa** con el Consejo Superior de Gobernanza a través de informes periódicos.

3. Gestión Inicial: ¿Quién se hace cargo?

3.1 Equipo Ejecutivo

El **Equipo Ejecutivo** será el encargado de liderar la puesta en marcha del proyecto. Su función inicial es la de organizar, estructurar, y movilizar los recursos humanos y materiales para el desarrollo de la Marca Región. Estará compuesto por:

- **Director Ejecutivo del Proyecto:** Responsable de coordinar todas las actividades iniciales y servir como enlace entre el Comité de Dirección y el Consejo Superior.
- **Equipo de Gerentes de Fase:** Encargados de dirigir los equipos operativos y técnicos durante cada fase.

3.1.1 Mesa Técnica

La **Mesa Técnica** funcionará como un órgano consultivo encargado de apoyar al Equipo Ejecutivo en la toma de decisiones técnicas. Estará compuesto por *expertos en branding territorial, marketing,* desarrollo económico, y representantes de las áreas claves (turismo, cultura, sectores productivos). Sus funciones incluyen:

- **Asesorar al Equipo Ejecutivo** sobre la implementación de estrategias clave, asegurando que las decisiones técnicas se basen en datos y mejores prácticas.
- **Evaluar las necesidades técnicas** de cada fase y garantizar la aplicación adecuada de herramientas de marketing, diseño y comunicación.

3.2 ¿Para qué y para quién se desarrollará la Marca Región?

- **Posicionar a Norte de Santander como un destino estratégico** a nivel nacional e internacional, destacando sus atractivos turísticos, riqueza cultural, y oportunidades para la inversión.
- **Promover el desarrollo económico y social** del departamento, integrando a todos los sectores productivos y fomentando el orgullo local a través de la proyección de su identidad cultural. Los principales beneficiarios serán:

- **Sectores Productivos:** Agricultores, industriales, comerciantes, y emprendedores locales.
- **Comunidades Locales:** Beneficiándose del aumento en el turismo, la inversión y las oportunidades de empleo.
- **Gobiernos Locales y Regionales:** Con el incremento de la visibilidad del departamento, se espera atraer inversión privada y mejorar la infraestructura local.
-

4. Acciones Paralelas

4.1 Difusión del Proceso

Durante el desarrollo del proyecto, se implementará una estrategia de difusión continua para informar a la comunidad y a los stakeholders clave sobre el avance del proyecto. Esto incluye:

- **Campañas de comunicación interna y externa** para mantener a los actores clave informados sobre el progreso.
- **Participación en eventos y ferias regionales**, donde se podrá compartir información sobre los avances de la Marca Región.

ANÁLISIS DE RIESGOS ALTERNATIVA

	Tipo de riesgo	Descripción del riesgo	Probabilidad e impacto	Efectos	Medidas de mitigación
1-Propsito (Objetivo General)	Administrativos	Demoras en los procesos administrativos de realización del convenio y/o contrato.	Probabilidad: 3. Moderado *Impacto:* 3. Moderado	Retraso en el cronograma	Realizar seguimiento y gestión oportuna ante el área encargada del desarrollo de los convenios y/o contratos.
2-Componente (Productos)	De mercado	Incumplimiento de los tiempos establecidos para la ejecución del proyecto	Probabilidad: 3. Moderado Impacto: 3. Moderado	Retrasos en el cronograma de ejecución.	Seguimiento permanente en la ejecución del proyecto y controles periódicos al cumplimiento del cronograma por parte de la supervisión Garantizar el cumplimiento con pólizas de garantía
3- Actividad	De costos	Variación en el valor de los insumos requeridos para el desarrollo de las actividades.	Probabilidad: 3. Moderado Impacto: 3. Moderado	No se logran los resultados esperados. Desequilibrio financiero.	Realizar en etapa precontractual estudio de mercado que permita identificar los aspectos de demanda de los insumos al igual que el valor de los mismos.

	De mercado	Defectos en la calidad y consistencia de los materiales encontrados en el mercado y utilizados para el proyecto	Probabilidad: 3. Moderado Impacto: 3. Moderado	Defectos y daños en los equipos, herramientas e insumos entregados a los beneficiarios.	Eficacia en la implementación de la supervisión a los insumos utilizados. Contemplar Pólizas de calidad

Indicadores de producto

01 - Objetivo 1
Fortalecer la articulación para el desarrollo de estrategias de visibilidad, reconocimiento y posicionamiento del departamento en el ámbito local, nacional e internacional.

1.1 Producto 1: Servicio de apoyo para la modernización y fomento de la innovación empresarial (Producto principal del proyecto)

Indicador principal : Proyectos de innovación cofinanciados

Unidad de Medida : Número de proyectos

Cantidad : 1,0000

1.2 Producto 2: Documentos de lineamientos técnicos

Indicador principal : Documentos de lineamientos técnicos elaborados

Unidad de Medida : Número de documentos

Cantidad : 1,0000

INDICADORES DE GESTIÓN

01 - Indicador

Informes De Supervisión Realizados

Medido a través de: Numero

Código: 9900G050

Meta: 6

Tipo de Fuente: Documento oficial

Fuente de Verificación: Informes – Secretaria de Desarrollo Económico y Productividad.

ESQUEMA FINANCIERO

Fuentes de financiación

Etapa	Tipo de Entidad	Nombre de entidad	Tipo de Recurso	Inversión	Total Proyecto
Inversión	Departamentos	Norte de Santander	SGR - Asignación para la inversión regional 60%	$4.580.263.571	$4.580.263.571

OLGER ALBERTO LÓPEZ VERGEL
Secretaría de Desarrollo Económico y Productividad

DESARROLLO Y CONSOLIDACIÓN DE UNA MARCA REGIÓN QUE POSICIONE ESTRATÉGICAMENTE LOS SECTORES PRODUCTIVOS Y EL FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD REGIONAL DEL DEPARTAMENTO NORTE DE SANTANDER

Gobernación de Norte de Santander | SGR

PRESUPUESTO

Fase 1: Diagnóstico y Análisis Inicial

Diagnóstico y análisis inicial, la cual se basa en la recopilación de datos relevantes de los sectores productivos y la identidad regional, fundamental para comprender el contexto actual y definir los puntos de partida para el desarrollo de la marca.

Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Meses	Valor Unitario	Subtotal
1. Personal Técnico						
1.1. Coordinador de Investigación	Profesional especializado encargado de la supervisión general y coordinación del diagnóstico.	Mes	1	1	$ 7.187.495	$ 7.187.495,00
1.2. Investigadores de Campo	Profesionales encargados de la recolección y análisis de datos de los gremios, sectores productivos, turismo y cultura.	Mes	5	1	$ 5.600.291	$ 28.001.455,00
1.3. Analista de Datos	Profesional encargado del análisis de los datos recolectados.	Mes	2	1	$ 5.600.291	$ 11.200.582,00
2. Herramientas y Equipos						
2.1. Alquiler de Equipos de Computo	Alquiler de computador portatil con caracteristicas iguales o superiores a: Procesador: 3,10 GHz, 3 MB L3, 1600 MHz FSB); Sistema operativo: Windows 10 Pro 64; Memoria: Hasta 16 GB de memoria DDR3 1.600 MHz; Almacenamiento: Disco duro: 500 GB / 5400 rpm; Cámara Web; Puerto de entrada y salida: 1 VGA, 2 USB 3.0, Ethernet RJ45, Bluetooth® 4.0, Audio, HDMI	Mes	4	1	$ 129.667	$ 518.668,00
2.2. Herramientas de Recolección de Datos	Alquiler de Tablets para la recolección de información en campo.	Mes	5	1	$ 125.333	$ 626.665,00
3. Transporte y Logística						
3.1. Transporte	Traslados para el equipo técnico a las diferentes localidades del departamento. Servicio de transporte terrestre especial a todo costo - Camioneta 4X4 doble cabina con platon, motor de 2.000 cc en adelante, debe contar con aire acondicionado, servicio de transporte a todo costo, entre los cuales se entiende incluido el servicio de conducción, peajes, parqueo, gasolina, combustible, mantenimiento, rodamiento, seguros, remuneración y prestaciones sociales legales del conductor, y demás gastos que el servicio genere, con disponibilidad de lunes a domingo 13 horas diarias, incluidos los festivos. *Modelo 2015 en adelante*(IVA INCLUIDO)	Mes	1	1	$ 11.833.333	$ 11.833.333,00
4. Materiales y Suministros						
4.1. Material Impreso	Impresión de formularios, cuestionarios y material de difusión en la recolección de datos.	Mes	1	1	$ 3.200.000	$ 3.200.000,00
5. Consultor Externo Especializado						
5.1. Consultor Externo	Profesional experto en sectores productivos, turismo y cultura para la validación del diagnóstico.	Mes	1	2	$ 10.177.460	$ 20.354.920,00
					Total Fase 1	$ 82.923.118,00

Fase 2: Talleres con Representantes de los Principales Sectores para la Identificación y Diseño de la Marca Región y Benchmarking

Como segunda fase, se realizará el desarrollo de talleres, que contaran con la participación activa de los diferentes sectores productivos de la región, con los cuales se espera la creación participativa de elementos necesarias para lograr un producto incluyente que sea aceptado y apropiado por los habitantes y gremios del departamento. En estos talleres se utilizaran metodologias participativas como mapas mentales y análisis FODA, identificando oportunidades y desafíos específicos para cada sector, con el fin de generar una visión integral que guíe el proyecto.

Esta fase incluye un proceso de benchmarking, en el cual se identificarán destinos nacionales e internacionales con características similares a Norte de Santander, con el objetivo de analizar sus estrategias exitosas y adaptarlas al contexto local. Se incluirá un informe detallado que proporcionará recomendaciones concretas aplicables al desarrollo de la marca territorial en el departamento.

De igual forma se realizará la identificación de los valores y la formulación de una propuesta de valor para Norte de Santander. Se definirán los aspectos esenciales que hacen único al departamento, y a partir de ellos, se desarrollará una propuesta clara que resalte los valores y atractivos específicos del territorio.

Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Numero	Valor Unitario	Subtotal
1. Personal Técnico						
1.1. Talleristas	Profesional encargado de moderar y dirigir los talleres	Taller	2	5	$ 3.508.158	$ 35.081.580,00
1.2. Personal de apoyo de talleres	Personal de apoyo para la logística y administración de los talleres	Taller	2	5	$ 500.000	$ 5.000.000,00
2. Logistica de los Talleres Subregionales						
2.1. Transporte	Traslados para el equipo técnico a las diferentes localidades del departamento. Servicio de transporte terrestre especial a todo costo - Camioneta 4X4 doble cabina con platon, motor de 2.000 cc en adelante, debe contar con aire acondicionado, servicio de transporte a todo costo, entre los cuales se entiende incluido el servicio de conducción, peajes, parqueo, gasolina, combustible, mantenimiento, rodamiento, seguros, remuneración y prestaciones sociales legales del conductor, y demás gastos que el servicio genere, con disponibilidad de lunes a domingo 13 horas diarias, incluidos los festivos. *Modelo 2015 en adelante*(IVA INCLUIDO)	Mes	1	1	$ 11.833.333	$ 11.833.333,00
2.2. Alquiler de equipos de videobeam	Alquiler de equipo de proyección que permitirá la visualización clara y detallada de presentaciones y otros contenidos multimedia durante el evento.	Hora	40	1	$ 36.000	$ 1.440.000,00
2.3. Alquiler de equipos de computo	Alquiler de dispositivo portátil con características mínimas de pantalla de 14 pulgadas, memoria RAM de 16 GB y almacenamiento SSD de 512 GB, con sofware para presentaciones y ofimatica, ideal para tareas técnicas y presentaciones.	Hora	40	1	$ 45.000	$ 1.800.000,00

2.4. Alquiler de espacios físicos	Espacios físicos para talleres, incluye el suministro de electricidad y adecuadas condiciones de ventilación e iluminación, equipado con sillas y mesas. El alquiler incluye un sistema de sonido. Un tablero acrílico estará disponible para facilitar la exposición de ideas y la interacción visual con el contenido.	Día	5	1	$ 4.913.333	$ 24.566.665,00
2.5. Materiales Didácticos	Material impreso, hojas, marcadores, rotafolios, papelería, etc. para el desarrollo de talleres	Unidad	5	1	$ 800.000	$ 4.000.000,00
2.6. Catering	Servicios de catering (coffee break, refrigerios) para los asistentes durante los talleres, Servicio de refrigerio que incluye bebida, alimento preparado , incluye manipuladoras, menaje necesario y la entrega en sitio.	Unidad	5	50	$ 30.000	$ 7.500.000,00
3. Consultor Externo Especializado						
3.1. Consultores en Identidad de Marca	Profesionales con expriencia en branding y diseño de identidad territorial	Servicios Persona	1	2	$ 10.177.460	$ 20.354.920,00
4. Análisis de Resultados y Síntesis						
4.1. Redacción del Informe Final	Impresión de informe detallado de las conclusiones y recomendaciones obtenidas en los talleres	Unidad	1	1	$ 4.600.000	$ 4.600.000,00
4.2. Redacción del Informe de Benchmarking	Impresión informe con conclusiones, buenas prácticas y recomendaciones	Informe	1	1	$ 4.000.000	$ 4.000.000,00
					Total Fase 2	$ 120.176.498,00

Fase 3: Diseño de la Marca y Manual de Uso y Diseño de estrategias y planes

Las fases siguientes abarcan el diseño de estrategias y planes (fase 3), con la planificación de campañas de contenido y estrategias digitales, así como la creación de la identidad visual y un manual de uso para garantizar una aplicación coherente de la marca en todos los soportes.

Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Numero	Valor Unitario	Subtotal
1. Personal Técnico						
1.1. Director Creativo	Responsable del diseño general de la identidad visual y supervisión del proyecto	Mes	1	1	$ 7.187.495	$ 7.187.495,00
1.2. Especialista en Comunicación y Contenidos	Planificación de contenidos para artículos, blogs, y narrativas de marca	Mes	1	1	$ 5.600.291	$ 5.600.291,00
1.3. Diseñador Gráfico	Creación de los bocetos y propuestas gráficas que formarán parte de las campañas futuras	Mes	1	1	$ 5.600.291	$ 5.600.291,00
1.4. Relalizador Audiovisual	Consultor externo especializado en branding territorial para orientar el desarrollo estratégico	Mes	1	1	$ 5.600.291	$ 5.600.291,00
1.5. Camarográfo	Camarográfo con experiencia en toma de imágenes de todo tipo y con experiencia en manipulación de diferentes herramientas (camara profesional, dron, telefonos de alta gama)	Mes	1	1	$ 3.508.158	$ 3.508.158,00
1.6. Fotográfo	Fotográfo con experiencia en trabajo de estudio y exteriores, como tambien en la edición de fotografía profesional.	Mes	1	1	$ 3.508.158	$ 3.508.158,00
2. Diseño de la Identidad Visual						
2.1. Creación del Logo	Diseño del logo de la Marca Región, incluyendo versiones en color, blanco y negro, y adaptaciones	Paquete	1	1	$ 15.500.000	$ 15.500.000,00
2.2. Desarrollo de la Paleta de Colores	Definición de los colores corporativos que representarán a la marca en diferentes plataformas	Paquete	1	1	$ 2.900.000	$ 2.900.000,00
2.3. Diseño de Tipografía	Elección y personalización de las tipografías que se utilizarán en la marca	Paquete	1	1	$ 2.550.000	$ 2.550.000,00
2.4. Creación de Iconografía y Elementos Gráficos	Desarrollo de iconos, patrones y gráficos adicionales para soportar la identidad visual	Paquete	1	1	$ 2.550.000	$ 2.550.000,00
3. Manual de Uso de la Marca						
3.1. Elaboración del Manual de Marca	Desarrollo del manual con directrices para el uso correcto del logo, colores, tipografías y aplicaciones	Paquete	1	1	$ 11.500.000	$ 11.500.000,00
3.2. Diseño de Aplicaciones Gráficas	Creación de ejemplos de uso de la marca en diferentes soportes: papelería, publicidad, medios digitales	Paquete	1	1	$ 7.500.000	$ 7.500.000,00
3.3. Impresión y Distribución del Manual	Impresión de copias físicas del manual de uso de la marca para su distribución entre actores clave	Manual	50	1	$ 1.792.000	$ 89.600.000,00
4. Insumos para el Desarrollo de Estrategias						
4.1. Materiales Impresos	Materiales para la planificación de estrategias (formularios, fichas, rotafolios, etc.)	Paquete	1	1	$ 3.200.000	$ 3.200.000,00
5. Desarrollo del Plan de Contenidos						
5.1. Planificación Editorial	Desarrollo de un plan editorial que guiará los contenidos en blogs, artículos, redes sociales y medios	Plan	1	1	$ 7.500.000	$ 7.500.000,00
5.2. Estrategia Audiovisual	Planificación detallada de los audios, videos y recursos para campañas en redes y medios	Plan	1	1	$ 4.800.000	$ 4.800.000,00
5.3. Planificación de Eventos	Diseño del plan de eventos que se desarrollarán durante la ejecución (apoyo en eventos locales, nacionales e internacionales)	Plan	1	1	$ 6.800.000	$ 6.800.000,00
5.4. Desarrollo de Web y Estrategia SEO	Planificación de la estrategia digital web y de optimización para motores de búsqueda (SEO)	Plan	1	1	$ 4.800.000	$ 4.800.000,00
					Total Fase 3	$ 190.204.684,00

Fase 4: Evento de Lanzamieto de la Marca Región.

En esta fase se realizará un evento de lanzamiento o de socializacón de la marca región y su implementación a la comunidad en general, se realizará un evento de gran magnitud, con un montaje acorde a las necesidades y capacidad de convocatoria.

Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Numero	Valor Unitario	Subtotal
1. Personal Técnico						
1.1. Productor General	Planificar, coordinar y supervisar el evento de lanzamiento de la marca región.	Mes	1	1	$ 7.187.495	$ 7.187.495,00
1.2. Asistente de producción.	Apoyar la supervición de la planificación y cordinación del evento de lanzamiento de la marca región.	Mes	1	1	$ 5.600.291	$ 5.600.291,00
1.3. Cordinador Logístico.	Coordinar al equipo o perosonal logístico requerido para el montaje, desarrollo y desmontaje del evento de lanzamiento de la marca región.	Mes	1	1	$ 5.600.291	$ 5.600.291,00

1.4. Personal Logístico	Equipo encargado de la coordinación logística del evento. Deben tener experiencia en manejo de eventos y capacidad para solucionar problemas de manera efectiva. Sus funciones incluyen la coordinación del montaje y desmontaje, manejo de la agenda, coordinación con proveedores, apoyo al desarrollo del evento, registro de asistencia entre otras actividades requeridas durante la feria.	Mes	3	1	$ 3.508.158	$ 10.524.474,00
1.5. Presentador/Animador	Profesional con experiencia en eventos corporativos, capaz de interactuar con el público y mantener un ambiente dinámico y entretenido. Sus funciones incluyen la presentación de actividades, moderación de paneles, y animación del evento en general.	Día	2	1	$ 10.742.075	$ 21.484.150,00
2. Diseño, producción y montaje de la logística requerida para el evento.						
2.1. Alquiler de espacio Físico	Se adecuará y pagarán los permisos para un espacio central, amplio y adecuado que permitirá la circulación de personas, instalación escenografía y adecuaciones generales para el lanzamiento. Este espacio será seleccionado estratégicamente para facilitar la participación activa de la comunidad y maximizar la visibilidad del evento, promoviendo así un entorno propicio para el lanzmaiento de la marca Región Norte de Santander.	Día	3	1	$ 4.913.333	$ 14.739.999,00
2.2. Tarima Certificada con techo para escenario profesional.	Tarima: Incluye el alquiler de una tarima para presentaciones y actividades durante el lanzamiento de la marca región. Incluye techo en truss o trimalla aforado el lona un solo colo o transparente. La tarima y el techo serán instalados, adecuados al espacio disponible y desmontada por personal especializado.	Unidad	1	1	$ 10.633.333	$ 10.633.333,00
2.3. Sillas	Alquiler de Sillas Tiffany y/o similares: Incluye el alquiler de sillas tipo Tiffany y/o similares para el lanzamiento de la marca Región. Las sillas serán entregadas, instaladas y posteriormente retiradas por personal especializado.	Unidad	350	1	$ 17.250	$ 6.037.500,00
2.4. Mesas	Alquiler de mesas redondas y/o similares: Incluye el alquiler de mesas redondas y/o similares con capacidad para 6 y/o 8 personas, vestidas con malteles para el lanzamiento de la marca Región. Las mesas serán entregadas, instaladas y posteriormente retiradas por personal especializado.	Unidad	60	1	$ 43.200	$ 2.592.000,00
2.5. Centros de mesa	Centros de mesas decorados con base en flores y logo alucivo al lanzamiento de la marca Región Norte de Santander.	Unidad	60	1	$ 64.800	$ 3.888.000,00
2.6. Sistema de sonido y amplificación.	Alquiler de sonido: Sistemas de sonido profesional compuesto por PA, 12 cabezas linea array, 8 bajos de dobles, side fill: 1 bajo doble y 3 cabezales RCF line arrar LyR (2 bajos dobles y 6 cabezales) 6 monitores frontales, 2 monitores en tripode para Drum fill, cajas directas, microfono y parales para grupos musicales, 1 consola digital de 32 canales, snake digital, ingebiero, tarimero, Dj y tecnico de sonido.	Día	1	1	$ 18.116.667	$ 18.116.667,00
2.7. Sistema de iluminación profesional.	Iluminación profesional: Sistema de iluminación profesional para escenografía de tarima, compuesto por 4 cabezas moviles led, 8 B-eye k10, 18 movil beem, 4 atomic RGB, 4 atomic 3000, 2 mini brutos de 4 bombillas cada uno, 16 par led, 10 opti pares frontales, 2 maquinas de humo, 1 consola magic Q70 compac.	Día	1	1	$ 6.413.333	$ 6.413.333,00
2.8. Sistema de video.	Pantallas: Rigging, 12 Truss de 3M, para diseño de iluminación y video, sistema de video en pantalla led, compuesto 36 metros de pantalla para el diseño general del montaje, el equipo será instalado y desmontado por personal técnico especializado para garantizar su correcto funcionamiento durante todo el evento.	Día	1	1	$ 15.433.333	$ 15.433.333,00
2.9. Invitaciones personalizadas	Invitaciones diseñadas e impresas, con sobre tipo Lord, a full color.	Unidad	1000	1	$ 12.100	$ 12.100.000,00
3. Servicio de Catering						
3.1. Personal Logistico.	Meseros uniformados encargados de atender y servir el catering y la hidratación en el evento de Lanzamiento de la Marca Región.	Día	25	1	$ 250.000	$ 6.250.000,00
3.2. Tablas de queso	Incluye tablas de quesos nacionales, quesos importados y embutidos de varias clases; todo servido y presemtado tipo bufet, cada tabla o servicio para 50 personas.	Unidad	14	1	$ 551.667	$ 7.723.338,00
3.3. Hidratación.	Incluye hidratación para 350 personas que contiene, agua en botella brandeada de 300 ml, bebidas gaseosas servidas, jugos de limon y/o naranja.	Unidad	1000	1	$ 14.167	$ 14.167.000,00
3.4. Bufet	Incluye mesa servida tipo bufet con hojaldres surtidos (pollo, carne, jamon, cerdo), mini sanduchon de pollo, canapes surtidos, mini brochetas de jamón y queso, servido durante el evento de lanzamiento, garantizando la calidad y frescura de los productos ofrecidos.	Unidad	2000	1	$ 11.000	$ 22.000.000,00
4. Plan de medios						
4.1. Fase 1 - Calentamiento	Se realizará la recopilación de la información; redacción de los boletines de prensa; diseño PressKit; muestro en radio, presa escrita y televisión y las reuniones con directores, periodistas y demás actores involucrados.	Unidad	1	1	$ 8.000.000	$ 8.000.000,00
4.2. Fase 2 - Lanzamiento	En esta fase se atenderá todo lo que tiene que ver las entrevistas en vivo y pregrabadas, las notas periodisticas y los eventos con los diferentes medios de comunicación; se realizará la gira de medios con los voceros de la marca región.	Unidad	1	1	$ 8.000.000	$ 8.000.000,00
4.3. Fase 3 - Post Prensa	En esta fase se realizará el cubrimiento con los medios de comunicación en el lanzamiento de la marca región, se realizará el seguimiento y el registro de las notas periodisticas.	Unidad	1	1	$ 8.000.000	$ 8.000.000,00
4.4. Transmisión en vivo por televisión regional	Preproducción y producción de la transmisión en vivo por televisión regional del evento de lanzamiento de la Marca Región.	Unidad	1	1	$ 35.700.000	$ 35.700.000,00
5. Desarrollo del evento de Lanzamiento						
5.1. Souvenir	Producción de caja empaque y/o regalo, alusivo a la Región,que contenga en su interior distintas colaciones representativas de Norte de Santander y sus municipios. Todo con la imagen de la Marca Región.	Unidad	700	1	$ 63.000	$ 44.100.000,00
5.2. Agrupación Musical	Incluye la contratación de un grupo musical profesional, con reconocimiento regional para amenizar el Lanzamiento oficial. El grupo estará encargado de ofrecer presentaciones en vivo durante el evento, adaptando su repertorio para crear un ambiente agradable y acorde al público presente. El grupo musical seleccionado deberá contar con experiencia en eventos corporativos y con un repertorio variado que pueda satisfacer los gustos de los asistentes. Además, se espera que estén capacitados para trabajar con los equipos de sonido proporcionados y que puedan adaptarse a las necesidades del evento.	Unidad	3	1	$ 10.166.667	$ 30.500.001,00

5.3. Agrupación Musical	Incluye la contratación de un grupo musical profesional, con reconocimiento nacional y/o internacional para amenizar la feria empresarial. El grupo estará encargado de ofrecer presentaciones en vivo durante el evento, adaptando su repertorio para crear un ambiente agradable y acorde al público presente. El grupo musical seleccionado deberá contar con experiencia en eventos corporativos y con un repertorio variado que pueda satisfacer los gustos de los asistentes. Además, se espera que estén capacitados para trabajar con los equipos de sonido proporcionados y que puedan adaptarse a las necesidades del evento.	Unidad	1	1	$ 94.000.000	$ 94.000.000,00
					Total Fase 4	$ 418.791.205,00

Fase 5: Ejecución de Estrategias y Planes

En esta fase se implementarán las estrategias diseñadas en fases anteriores. Se lanzarán campañas publicitarias en televisión, radio, prensa escrita y medios alternativos para promocionar la Marca Región del Norte de Santander. Además, se apoyarán eventos importantes de los diferentes sectores y se organizará un gran evento de presentación de la marca. Durante esta fase, también se crearán videos promocionales, artículos, blogs y sesiones fotográficas de alta calidad para documentar y difundir estos eventos, con un enfoque especial en las redes sociales para maximizar el alcance y el impacto de la marca.

Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Numero	Valor Unitario	Subtotal
1. Producción de Contenidos						
1.1. Especialista en Contenido Visual	Diseño gráfico y edición de imágenes	Servicio persona - Mes	1	6	$ 7.187.495	$ 43.124.970,00
1.2. Especialista en Contenido de Audio	Creación y edición de contenido de audio para videos y podcasts	Servicio persona - Mes	1	6	$ 7.187.495	$ 43.124.970,00
1.3. Especialista en Contenido de Video	Producción y edición de videos promocionales	Servicio persona - Mes	1	6	$ 7.187.495	$ 43.124.970,00
1.4. Profesional redacción Artículos y Blogs	Profesional redacción de artículos y blogs promocionando la Marca Región	Servicio persona - Mes	2	6	$ 3.508.158	$ 42.097.896,00
1.5. Profesional en Fotografía	Profesional para la realización de Sesiones fotográficas para destacar los atractivos de la región	Servicio persona - Mes	1	6	$ 3.508.158	$ 21.048.948,00
1.6. Promotores de marca	Personal capacitado para realizar el montaje, desarrollo y desmontaje del stan movil de la marca región en los diferentes puntos de la región.	Servicio persona - Mes	2	6	$ 5.600.291	$ 67.203.492,00
1.7. Asesor	Profesional encargado de la asesoría de toda la producción de contenidos.	Servicio persona - Mes	1	6	$ 5.600.291	$ 33.601.746,00
2. Publicidad y Medios						
2.1. Campañas en Televisión	Publicidad en canales nacionales y regionales a través de comerciales de televisión. (6 meses)	Comerciales	60	1	$ 2.987.500	$ 179.250.000,00
2.2. Campañas en Radio	Publicidad en emisoras locales y nacionales a través de cuñas radiales.	Campaña	540	1	$ 17.033	$ 9.197.820,00
2.3. Publicidad en Prensa Escrita	Publicaciones en periódicos y revistas de circulación local, regional y nacional.	Campaña	5	1	$ 7.215.875	$ 36.079.375,00
2.4. Publicidad en Medios Alternativos	Publicidad en pantallas digitales y espacios públicos	Campaña	8	1	$ 4.500.000	$ 36.000.000,00
2.5. Estrategias en Redes Sociales	Campañas en redes como Facebook, Instagram y YouTube	Campaña	8	1	$ 5.125.000	$ 41.000.000,00
2.6. Diseño, impresión e instalación de Vallas Publicitarias	Vallas diseñadas e instaladas en puntos estratégicos	Valla	10	1	$ 3.489.167	$ 34.891.670,00
2.7. Alquiler de espacios para vallas publicitarias	Pago de arriendo mesual por espacios en vallas publicitarias del departamento ubicadas estrategicamente.	Mes	10	3	$ 5.000.000	$ 150.000.000,00
2.8. Colaboración con Influencers	Colaboración con influencers para aumentar la visibilidad en redes sociales	Servicio	10	1	$ 11.666.667	$ 116.666.670,00
3. Materiales Promocionales						
3.1. Mugs	Producción de mugs en esmalte con calcomanía vitrificada horneado con logo de la marga región y empaque personalizado.	Mugs	10000	1	$ 26.167	$ 261.670.000,00
3.2. Agendas argolladas	Producción de agendas de 17.5*24 con anillo de 16 loops a full color, con separadores, papel ecologico, de 80 hojas a dos tintas.	Agendas	10000	1	$ 26.338	$ 263.380.000,00
3.4. Termos	Producción de termo de 500ml para frio o calor marcados a full color con la Marca Región.	Termos	10000	1	$ 26.500	$ 265.000.000,00
3.5. Souvenir	Producción de caja empaque y/o regalo, alusivo a la Región,que contenga en su interior distintas colaciones representativas de Norte de Santander y sus municipios. Todo con la imagen de la Marca Región.	Souvenir	5000	1	$ 63.000	$ 315.000.000,00
3.6. Viajes de Familiarización	Realización de viajes de periodistas al destino Norte de Santander incluyendo tiquetes aéreos, alojamiento, alimentación y actividades turísticas	Persona - Viaje	15	1	$ 4.500.000	$ 67.500.000,00
4. Apoyo a Eventos Locales y nacionales						
4.1. Ferias Locales, Nacionales e Internacionales	Participación en ferias comerciales, productivas, de turismo y negocios.	Feria	5	1	$ 50.000.000	$ 250.000.000,00
4.2. Eventos Culturales, Académicos, Ciencia y Tecnología	Participación en eventos culturales para aumentar la visibilidad	Evento	15	1	$ 25.000.000	$ 375.000.000,00
4.3. Diseño, fabricación y montaje de Stand de Marca Región para centros comerciales	Adquisicion de mobiliario de stand comercial para atencion y recepcion de visitantes	Mobiliario	3	1	$ 32.000.000	$ 96.000.000,00
4.4. Alquiler de espacio en Centros comerciales para ubicación de Stand de Marca Región.	Alquiler de espacio en Centro Comerciales de alto trafico para ubicación del Stan de Marca Región	Mes	3	3	$ 10.000.000	$ 90.000.000,00
4.5. Diseño, fabricación y montaje de Stand de Marca Región para aeropuertos	Adquisicion de mobiliario de stand comercial para atencion y recepcion de visitantes	Mobiliario	1	1	$ 76.933.333	$ 76.933.333,00
4.6. Alquiler de espacio en Aeropuerto Camilo Daza para ubicación de Stand de Marca Región.	Alquiler de espacio en Aeropuerto Camilo Daza de alto trafico para ubicación del Stan de Marca Región	Mes	2	1	$ 70.000.000	$ 140.000.000,00
4.7. Personal logistico	Personal logístico capacitado para operar cada uno de los Stand de Marca Región ubicados en los centro comerciales y aeropuertos nacionales.	Servicio persona - Mes	8	1	$ 3.508.158	$ 28.065.264,00
5. Estrategia Digital y Web						
5.1. Desarrollo del Sitio Web	Creación y lanzamiento del sitio web oficial	Paquete	1	1	$ 28.829.051	$ 28.829.051,00
5.2. Desarrollo app	Creación de aplicación web	Paquete	1	1	$ 38.829.051	$ 38.829.051,00
6. Realización Feria Comercial y Productiva de la Marca región.						
6.1. Productor General	Planificar, coordinar y supervisar el evento y/o feria comercial y productiva.	Mes	3	1	$ 7.187.495	$ 21.562.485,00
6.2. Asistente de producción.	Apoyar la supervición de la planificación y cordinación del evento y/o feria comercial y productiva.	Mes	3	1	$ 3.508.158	$ 10.524.474,00
6.3. Diseñador y/o creador de contenidos.	Realizar el diseño y creación de todo el contenido visual, la imagén y el vestido gráfico de la feria.	Mes	3	1	$ 3.508.158	$ 10.524.474,00
6.3. Cordinador Logístico	Coordinar al equipo o perosonal logístico requerido para el montaje, desarrollo y	Mes	2	1	$ 5.600.291	$ 11.200.582,00

6.4. Personal Logístico	Equipo encargado de la coordinación logística del evento. Deben tener experiencia en manejo de eventos y capacidad para solucionar problemas de manera efectiva. Sus funciones incluyen la coordinación del montaje y desmontaje, manejo de la agenda, coordinación con proveedores, apoyo al desarrollo del evento, registro de asistencia entre otras actividades requeridas durante la feria.	Mes	1	5	$ 5.600.291	$ 28.001.455,00
6.5. Jefe de Prensa	Profesional con experiencia en el manejo periodistico de eventos masivos; manejo de medios de comunicación, ruedas de prensa.	Mes	3	1	$ 3.508.158	$ 10.524.474,00
6.6. Alquiler de espacio Físico	Se adecuará y pagarán los permisos para un espacio central, amplio y adecuado que permitirá la circulación de personas, instalación escenografia de stands y adecuaciones generales. Este espacio será seleccionado estratégicamente para facilitar la participación activa de la comunidad y maximizar la visibilidad del evento, promoviendo así un entorno propicio para realización de la feria de la marca Región Norte de Santander.	Día	6	1	$ 4.913.333	$ 29.479.998,00
6.8. Sistema de sonido y amplificación.	Alquiler de sistema de sonido y amplificación requerido para el desarrollo de la Feria comercial y productiva, sonido y amplificación que seran requeridos dependiendo del diseño general de la Feria.	Día	3	1	$ 18.116.667	$ 54.350.001,00
6.9. Sistema de iluminación profesional.	Alquiler de sistema de iluminación profesional requerido para el desarrollo de la Feria comercial y productiva, iluminación para cada uno de los espacios adecuados para los shows musicales y talleres y/o que seran requeridos dependiendo del diseño general de la Feria.	Día	3	1	$ 6.413.333	$ 19.239.999,00
6.10. Sistema de video.	Alquiler de sistema de video (pantallas LED) requerido para el desarrollo de la Feria comercial y productiva, un sistema de pantallas LED que hagan parte del diseño de la feria para promocionar a los emprendimientos participantes.	Día	3	1	$ 15.433.333	$ 46.299.999,00
6.11. Diseño, elaboración de stand	Se realizará el diseño, fabricación, montaje y desmontaje de los stand que se entregarán a cada marca o empresa participante en la feria. Cada stand deben tener los espacios requeridos, los puntos de luz o acometidas electricas necesarias.	Unidad	60	1	$ 2.133.333	$ 127.999.980,00
6.12. Talleristas y/o conferencistas	Profesional encargado de moderar taller y/o conferencia en emprendimiento, creación de empresa, comercialización e ideas de negocios.	Servicio persona - Mes	3	1	$ 3.508.158	$ 10.524.474,00
6.13. Colaboración con Influencers	Colaboración con influencers para aumentar la visibilidad de la Feria a niver nacional.	Unidad	3	1	$ 17.500.000	$ 52.500.000,00
6.14. Artistas musicales	Pago de honorarios profesionales para artistas musicales de la región que participen del desarrollo de la Feria.	Artista	5	1	$ 10.166.667	$ 50.833.335,00
6.15. Diseño, impresión e instalación escenografíco	Realizar el diseño, impresión, fabricación e instalación del concepto de escenografía requerida, ambientación de todos y cada uno de los espacios de la Feria y de cada uno de los sectores participantes de la misma.	Unidad	1	1	$ 64.000.000	$ 64.000.000,00
					SUBTOTAL IMPLEMENTACIÓN	$ 3.740.184.956,00

Componente de Administración

El componente de administración del proyecto se centra en asegurar la organización y ejecución efectiva de todas las actividades del proyecto. Para ello, incluye la contratación de un equipo clave conformado por un Gerente del Proyecto, responsable de la planificación, supervisión y coordinación general; Profesionales Financieros y Jurídicos para gestionar aspectos operativos, financieros y legales. También contempla la participación de una Secretaria que apoyará en la gestión diaria. A nivel logístico, se incluyen gastos de alquiler de oficina, servicios públicos, y la adquisición de equipos (computadores, impresoras) y materiales de oficina. Además, se asegura la movilidad del equipo mediante el transporte terrestre a todo costo. Estos elementos garantizan que el proyecto funcione de manera eficiente, brindando el apoyo necesario para la ejecución correcta y el seguimiento de todas las actividades.

Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Meses	Valor Unitario	Subtotal
7.1. Gerente del Proyecto	Planificar, coordinar y supervisar actividades del proyecto	Servicio persona - Mes	1	6	$ 7.187.495	$ 43.124.970,00
7.2. Profesional Financiero	Gestionar recursos financieros, controlar presupuesto	Servicio persona - Mes	1	6	$ 3.508.158	$ 21.048.948,00
7.3. Profesional Jurídico	Asesorar en temas legales y normativos del proyecto	Servicio persona - Mes	1	6	$ 3.508.158	$ 21.048.948,00
7.4. Profesional Administrativo	Apoyo administrativo general y atención a beneficiarios	Servicio persona - Mes	1	6	$ 5.600.291	$ 33.601.746,00
7.5. Alquiler de oficina	Alquiler de oficina para el proyecto	Mes	1	6	$ 3.533.333	$ 21.199.998,00
7.6. Servicios públicos y papelería de oficina	Servicios públicos como agua, luz e internet	Mes	1	6	$ 520.000	$ 3.120.000,00
7.7. Transporte terrestre a todo costo	Traslados para el equipo técnico a las diferentes localidades del departamento. Servicio de transporte terrestre especial a todo costo - Camioneta 4X4 doble cabina con platon, motor de 2.000 cc en adelante, debe contar con aire acondicionado, servicio de transporte a todo costo, entre los cuales se entiende incluido el servicio de conducción, peajes, parqueo, gasolina, combustible, mantenimiento, rodamiento, seguros, remuneración y prestaciones sociales legales del conductor, y demás gastos que el servicio genere, con disponibilidad de lunes a domingo 13 horas diarias, incluidos los festivos. *Modelo 2015 en adelante*(IVA INCLUIDO)	Mes	1	6	$ 11.833.333	$ 70.999.998,00
7.8. Computador Portatil	Computadores portátiles para el proyecto	Unidad	4	1	$ 5.544.333	$ 22.177.332,00
7.9. Impresora multifuncional	Impresora multifuncional para el proyecto	Unidad	1	1	$ 1.879.667	$ 1.879.667,00
					SUBTOTAL ADMINISTRACIÓN	$ 238.201.607,00
					TOTAL PROYECTO	$ 4.790.482.068,00

OLGER ALBERTO LÓPEZ VERGEL
Secretaría de Desarrollo Económico y Productividad

DESARROLLO Y CONSOLIDACIÓN DE UNA MARCA REGIÓN QUE POSICIONE ESTRATÉGICAMENTE LOS SECTORES PRODUCTIVOS Y EL FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD REGIONAL DEL DEPARTAMENTO NORTE DE SANTANDER

Gobernación de Norte de Santander · SGR

PRESUPUESTO

Fase 1: Diagnóstico y Análisis Inicial

Diagnóstico y análisis inicial, la cual se basa en la recopilación de datos relevantes de los sectores productivos y la identidad regional, fundamental para comprender el contexto actual y definir los puntos de partida para el desarrollo de la marca.

Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Meses	Valor Unitario	Subtotal
1. Personal Técnico						
1.1. Coordinador de Investigación	Profesional especializado encargado de la supervisión general y coordinación del diagnóstico.	Mes	1	1	$ 7.187.495	$ 7.187.495,00
1.2. Investigadores de Campo	Profesionales encargados de la recolección y análisis de datos de los grandes, sectores productivos, turismo y cultura.	Mes	5	1	$ 5.600.299	$ 28.001.495,00
1.3. Analista de Datos	Profesional encargado del análisis de los datos recolectados.	Mes	2	1	$ 5.600.291	$ 11.200.582,00
2. Herramientas y Equipos						
2.1. Alquiler de Equipos de Campoto	Alquiler de computador portatil con caracteristicas iguales o superiores a: Procesador: 3,10 GHz, 3 MB L3, 1600 MHz FSB; Sistema operativo: Windows 10 Pro 64; Memoria: Hasta 16 GB de memoria DDR3 1.600 MHz; Almacenamiento: Disco duro: 500 GB / 5400 rpm; Cámara Web: Puerta de entrada y salida: 1 VGA, 2 USB 3.0, Ethernet RJ45, Bluetooth® 4.0, Audio, HDMI	Mes	4	1	$ 129.667	$ 518.668,00
2.2. Herramientas de Recolección de Datos	Alquiler de TaMats para la recolección de información en campo.	Mes	5	1	$ 125.133	$ 625.665,00
3. Transporte y Logística						
3.1. Transporte	Traslados para el equipo técnico a las diferentes localidades del departamento. Servicio de transporte terrestre especial a todo costo - Camioneta 4X4 doble cabina con platon, motor de 2.000 cc en adelante, debe contar con aire acondicionado, servicio de transporte a todo costo, entre los costos se entiende incluido el servicio de conducción, peajes, parqueo, gasolina, combustible, mantenimiento, rodamiento, seguros, remuneración y prestaciones sociales legales del conductor, y demás gastos que el servicio genere, con disponibilidad de 10 horas a diarias, incluidos los festivos. Modelo 2015 en adelante"(IVA INCLUIDO)	Mes	1	1	$ 11.833.333	$ 11.833.333,00
4. Materiales y Suministros						
4.1. Material Impreso	Impresión de tarjetarias, condonarios y material de difusión en la recolección de datos.	Mes	1	1	$ 3.200.000	$ 3.200.000,00
5. Consultor Externo Especializado						
5.1. Consultor Externo	Profesional experto en sectores productivos, turismo y cultura para la validación del diagnóstico.	Mes	1	2	$ 10.177.460	$ 20.354.920,00
					Total Fase 1	$ 83.931.558,00

Fase 2: Talleres con Representantes de los Principales Sectores para la Identificación y Diseño de la Marca Región y Benchmarking

Como segunda fase, se realizará el desarrollo de talleres, que contaran con la participación activa de los diferentes sectores productivos de la región, con los cuales se espera la creación participativa de elementos esenciales para lograr un producto incluyente que sea aceptado y apropiado por los habitantes y grupos del departamento. En estos talleres se utilizan metodologías participativas como mapas mentales y análisis FODA, identificando oportunidades y desafíos específicos para cada sector, con el fin de generar una visión integral que guíe el proyecto.

Esta fase incluye un proceso de benchmarking, en el cual se identificarán destinos nacionales e internacionales con características similares a Norte de Santander, con el objetivo de analizar sus estrategias exitosas y adaptarlas al contexto local. Se incluirá un informe detallado que proporcionará recomendaciones concretas aplicables al desarrollo de la marca territorial en el departamento.

De igual forma se realizará la identificación de los valores y la formulación de una propuesta de valor para Norte de Santander. Se definirán los aspectos esenciales que hacen único al departamento, y a partir de ellos, se desarrollará una propuesta clara que resalte los valores y atractivos específicos del territorio.

Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Numero	Valor Unitario	Subtotal
1. Personal Técnico						
1.1. Talleristas	Profesional encargado de moderar y dirigir los talleres	Taller	2	5	$ 3.500.158	$ 35.001.580,00
1.2. Personal de apoyo de talleres	Personal de apoyo para la logistica y administración de los talleres	Taller	2	5	$ 500.000	$ 5.000.000,00
2. Logística de los Talleres Subregionales						
2.1. Transporte	Traslados para el equipo técnico a las diferentes localidades del departamento. Servicio de transporte terrestre especial a todo costo - Camioneta 4X4 doble cabina con platon, motor de 2.000 cc en adelante, debe contar con aire acondicionado, servicio de transporte a todo costo, entre los costos se entiende incluido el servicio de conducción, peajes, parqueo, gasolina, combustible, mantenimiento, rodamiento, seguros, remuneración y prestaciones sociales legales del conductor, y demás gastos que el servicio genere, con disponibilidad de 10 horas a diarias, incluidos los festivos. Modelo 2015 en adelante"(IVA INCLUIDO)	Mes	1	1	$ 11.833.333	$ 11.833.333,00
2.2. Alquiler de equipos de videobeam	Alquiler de equipo de proyección que permitirá la visualización clara y detallada de presentaciones y otras contenidos multimedia durante el evento.	Hora	40	1	$ 36.000	$ 1.440.000,00
2.3. Alquiler de equipos de computo	Alquiler de dispositivo portátil con caracteristicas mínimas de pantalla de 14 pulgadas, memoria RAM de 16 GB y almacenamiento SSD de 512 GB. con software para presentaciones y ofimatica, ideal para tareas técnicas y presentaciones.	Hora	40	1	$ 45.000	$ 1.800.000,00
2.4. Alquiler de espacios fisicos	Espacios físicos para talleres, incluye el suministro de electricidad y adecuadas condiciones de ventilación e iluminación, equipado con sillas y mesas. El alquiler incluye un sistema de sonido. Un tablero acrílico estará disponible para facilitar la exposición de ideas y la interacción visual con el contenido.	Día	5	1	$ 4.913.113	$ 24.566.565,00
2.5. Materiales Didácticos	Material impreso, hojas, marcadores, rotafolios, papelería, etc. para el desarrollo de talleres	Unidad	5	1	$ 800.000	$ 4.000.000,00
2.6. Catering	Servicios de catering (coffee break, refrigerios) para los asistentes durante los talleres. Servicio de refrigerio que incluye bebida, alimento preparado , incluye manipuladoras, manejo necesario y la entrega en sitio.	Unidad	5	50	$ 30.000	$ 7.500.000,00
3. Consultor Externo Especializado						
3.1. Consultores en Identidad de Marca	Profesionales con experiencia en branding y diseño de identidad territorial	Servicios Persona	1	2	$ 10.177.460	$ 20.354.920,00
4. Análisis de Resultados y Informe						
4.1. Redacción del Informe Final	Impresión de informe detallado de las conclusiones y recomendaciones obtenidas en los talleres	Unidad	1	1	$ 4.600.000	$ 4.600.000,00
4.2. Redacción del Informe de Benchmarking	Impresión informe con conclusiones, buenas prácticas y recomendaciones	Informe	1	1	$ 4.300.000	$ 4.600.000,00
					Total Fase 2	$ 120.496.398,00

Fase 3: Diseño de la Marca y Manual de Uso y Diseño de estrategias y planes

Las fases siguientes abarcan el diseño de estrategias y planes (fase 3), con la planificación de campañas de contenido y estrategias digitales, así como la creación de la identidad visual y un manual de uso para garantizar una aplicación coherente de la marca en todos los soportes.

Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Numero	Valor Unitario	Subtotal
1. Personal Técnico						
1.1. Director Creativo	Responsable del diseño general de la identidad visual y supervisión del proyecto	Mes	1	1	$ 7.187.495	$ 7.187.495,00
1.2. Especialista en Comunicación y Contenidos	Planificación de contenidos para artículos, blogs, y narrativas de marca	Mes	1	1	$ 5.600.291	$ 5.600.291,00
1.3. Diseñador Gráfico	Creación de las bocetos y propuestas gráficas que formarán parte de las campañas febreas	Mes	1	1	$ 5.600.291	$ 5.600.291,00
1.4. Estratégia Audiovisual	Consultor externo especializado en branding territorial para orientar el desarrollo estratégico	Mes	1	1	$ 5.600.291	$ 5.600.291,00
1.5. Camarografo	Camarografo con experiencia en toma de imágenes de todo tipo y con experiencia en manipulación de diferentes herramientas (camara profesional, dron, telefonos de alta gama)	Mes	1	1	$ 3.500.158	$ 3.500.158,00

CRONOGRAMA DEL PROYECTO

MES No 1	MES No 2	MES No 3	MES No 4	MES No 5	MES No 6	MES No 7	MES No 8	MES No 9	MES No 10	MES No 11
		$ 7.187.495,00								
		$ 28.001.495,00								
		$ 11.200.582,00								
		$ 518.668,00								
		$ 625.665,00								
		$ 11.833.333,00								
		$ 3.200.000,00								
		$ 10.177.460,00	$ 10.177.460,00							
			$ 25.001.580,00							
			$ 5.000.000,00							
			$ 11.833.333,00							
			$ 1.440.000,00							
			$ 1.800.000,00							
			$ 24.566.565,00							
			$ 4.000.000,00							
			$ 7.500.000,00							
			$ 20.354.920,00							
			$ 4.600.000,00							
			$ 4.000.000,00							
				$ 7.187.495,00						
				$ 5.600.291,00						
				$ 5.600.291,00						
				$ 5.600.291,00						
				$ 3.500.158,00						

1.6. Fotógrafo	Fotógrafo con experiencia en trabajo de estudio y exteriores, como también en la edición de fotografía profesional.	Mes	1	1	$ 3.508.158	$ 3.508.158,00
2. Diseño de la Identidad Visual						
2.1. Creación del Logo	Diseño del logo de la Marca Región. Incluyendo versiones en color, blanco y negro, y adaptaciones	Paquete	1	1	$ 15.500.000	$ 15.500.000,00
2.2. Desarrollo de la Paleta de Colores	Definición de los colores corporativos que representarán a la marca en diferentes plataformas	Paquete	1	1	$ 2.900.000	$ 2.900.000,00
2.3. Diseño de Tipografía	Elección y personalización de las tipografías que se utilizarán en la marca	Paquete	1	1	$ 2.550.000	$ 2.550.000,00
2.4. Creación de Iconografía y Elementos Gráficos	Desarrollo de iconos, patrones y gráficas adicionales para soportar la identidad visual	Paquete	1	1	$ 2.550.000	$ 2.550.000,00
3. Manual de Uso de la Marca						
3.1. Elaboración del Manual de Marca	Desarrollo del manual con directrices para el uso correcto del logo, colores, tipografías y aplicaciones	Paquete	1	1	$ 11.500.000	$ 11.500.000,00
3.2. Diseño de Aplicaciones Gráficas	Creación de ejemplos de uso de la marca en diferentes soportes: papelería, publicidad, medios digitales	Paquete	1	1	$ 7.500.000	$ 7.500.000,00
3.3. Impresión y Distribución del Manual	Impresión de copias físicas del manual de uso de la marca para su distribución entre actores clave	Mensual	50	1	$ 1.792.000	$ 89.600.000,00
4. Insumos para el Desarrollo de Estrategias						
4.1. Materiales Impresos	Materiales para la planificación de estrategias (formularios, fichas, rotafolios, etc.)	Paquete	1	1	$ 3.200.000	$ 3.200.000,00
5. Desarrollo del Plan de Contenidos						
5.1. Planificación Editorial	Desarrollo de un plan editorial que guiará los contenidos en blogs, artículos, redes sociales y medios	Plan	1	1	$ 7.500.000	$ 7.500.000,00
5.2. Estrategia Audiovisual	Planificación detallada de los audios, videos y recursos para campañas en redes y medios	Plan	1	1	$ 4.800.000	$ 4.800.000,00
5.3. Planificación de Eventos	Diseño del plan de eventos que se desarrollarán durante la ejecución (open en eventos locales, nacionales e internacionales)	Plan	1	1	$ 6.800.000	$ 6.800.000,00
5.4. Desarrollo de Web y Estrategia SEO	Planificación de la estrategia digital web y de optimización para motores de búsqueda (SEO)	Plan	1	1	$ 4.800.000	$ 4.800.000,00
					Total Fase 1	$ 182.324.484,00

Fase 4: Evento de Lanzamiento de la marca Región

En esta fase se realizará un evento de lanzamiento o de socialización de la marca región y su implementación a la comunidad en general, se realizará un evento de gran magnitud, con un montaje acorde a las necesidades y capacidad de convocatoria.

Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Numero	Valor Unitario	Subtotal
1. Personal Técnico						
1.1. Productor General	Planificar, coordinar y supervisar el evento de lanzamiento de la marca región.	Mes	1	1	$ 7.187.495	$ 7.187.495,00
1.2. Asistente de producción.	Apoyar la supervisión de la planificación y coordinación del evento de lanzamiento de la marca región.	Mes	1	1	$ 5.600.291	$ 5.600.291,00
1.3. Coordinador Logístico.	Coordinar al equipo o personal logístico requerido para el montaje, desarrollo y desmontaje del evento de lanzamiento de la marca región.	Mes	1	1	$ 5.600.291	$ 5.600.291,00
1.4. Personal Logístico	Equipo encargado de la coordinación logística del evento. Deben tener experiencia en manejo de eventos y capacidad para solucionar problemas de manera efectiva. Sus funciones incluyen la coordinación del montaje y desmontaje, manejo de la agenda, coordinación con proveedores, apoyo al desarrollo del evento, registro de asistencia entre otras actividades requeridas durante la feria.	Mes	1	1	$ 3.508.158	$ 10.524.474,00
1.5. Presentador/Animador	Profesional con experiencia en eventos corporativos, capaz de interactuar con el público y mantener un ambiente dinámico y entretenido. Sus funciones incluyen la presentación de actividades, moderación de paneles, y animación del evento en general.	Día	2	1	$ 10.742.075	$ 21.484.150,00
2. Diseño, producción y montaje de la logística requerida para el evento.						
2.1. Alquiler de espacio Físico	Se adecuará y pagarán los permisos para un espacio central, amplio y adecuado que permitirá la circulación de personas, instalación escenografía y adecuaciones generales para el lanzamiento. Este espacio será seleccionado estratégicamente para facilitar la participación activa de la comunidad y maximizar la visibilidad del evento, promoviendo así un entorno propicio para el lanzamiento de la marca Región Norte de Santander.	Día	3	1	$ 4.913.333	$ 14.739.999,00
2.2. Tarima Certificada con techo para escenario profesional.	Tarima: Incluye el alquiler de una tarima para presentaciones y actividades durante el lanzamiento de la nueva región. Incluye techo en tema o temática alrededor tema en solo color o transparente. La tarima y el techo serán instalados, adecuados al espacio disponible y desmontada por personal especializado.	Unidad	1	1	$ 10.633.333	$ 10.633.333,00
2.3. Sillas	Alquiler de Sillas Tiffany y/o similares: Incluye el alquiler de sillas tipo Tiffany y/o similares para el lanzamiento de la marca Región. Las sillas serán entregadas, instaladas y posteriormente retiradas por personal especializado.	Unidad	350	1	$ 17.750	$ 6.837.500,00
2.4. Mesas	Alquiler de mesas redondas y/o similares: Incluye el alquiler de mesas redondas y/o similares con capacidad para 6 y/o 8 personas, vestidas con manteles para el lanzamiento de la marca Región. Las mesas serán entregadas, instaladas y posteriormente retiradas por personal especializado.	Unidad	60	1	$ 43.200	$ 2.592.000,00
2.5. Centros de mesa	Centros de mesas decorados con base en flores y logo alusivo al lanzamiento de la marca Región Norte de Santander.	Unidad	60	1	$ 64.800	$ 3.888.000,00
2.6. Sistema de sonido y amplificación.	Alquilar de sonido: Sistemas de sonido profesional compuesto por PA, 12 cabezas linea array, 8 bajos de dobles, side FIR: 1 bajo doble y 3 cabezales RCF line array (48 12 bajos dobles y 6 cabezales) 6 monitores frontales, 2 monitores en trípode para Drum fill, cajas directas, micrófono y parales para grupos musicales, 1 consola digital de 32 canales. snake digital, inalámbrico, tarimero, DJ y técnico de sonido.	Día	1	1	$ 18.116.667	$ 18.116.667,00
2.7. Sistema de iluminación profesional.	Iluminación profesional: Sistema de iluminación profesional para escenografía de tarima, compuesto por 4 cabezas móviles led, 8 B-eye k10, 10 mooll beam, 4 alaviv; BGB, 4 alaviv; 1000, 2 mini brutas de 4 bombillas cada una, 10 par led, 10 opti pares frontales, 2 maquinas de humo, 1 consola magic Q20 compac.	Día	1	1	$ 6.413.333	$ 6.413.333,00
2.8. Sistema de video.	Pantallas: Rigging, 12 Tiras de 3M, para diseño de iluminación y video. sistema de video en pantalla led, compuesta 36 metros de pantalla para el diseño general del montaje. el equipo será instalado y desmontado por personal técnico especializado para garantizar su correcto funcionamiento durante todo el evento.	Día	1	1	$ 15.433.333	$ 15.433.333,00
2.9. Invitaciones personalizadas	Invitaciones diseñadas e impresas, con sobre tipo Carl, a full color.	Unidad	1000	1	$ 12.100	$ 12.100.000,00
3. Servicio de Catering						
3.1. Personal Logístico	Meseros uniformados encargados de atender y servir el catering y la hidratación en el evento de Lanzamiento de la Marca Región.	Día	25	1	$ 250.000	$ 6.250.000,00
3.2. Tablas de queso	Incluye tablas de quesos nacionales, quesos importados y embutidos de varias clases; todo servido y presentado tipo bollet, cada tabla o servicio para 50 personas.	Unidad	14	1	$ 551.667	$ 7.723.338,00
3.3. Hidratación.	Incluye hidratación para 350 personas que contiene, agua en botella brandeada de 300 ml, bebidas gaseosas servidas, jugos de frutas y/o naranja.	Unidad	1000	1	$ 14.167	$ 14.167.000,00
3.4. Bufet	Incluye mesa servida tipo bufet con bebidas servidas gaseosa, cerveza, jugos, cocteles, mini sandwiches de pollo, canapes surtidos, mini brochetas de jamón y queso, servido durante el evento de lanzamiento, garantizando la calidad y frescura de los productos ofrecidos.	Unidad	2000	1	$ 11.000	$ 22.000.000,00
4. Plan de medios						
4.1. Fase 1 - Calentamiento	Se realizará la recopilación de la información: redacción de los boletines de prensa; diseño Presskit; encuentro en radio, prensa escrita y televisión y las reuniones con directores, periodistas y demás actores involucrados.	Unidad	1	1	$ 8.000.000	$ 8.000.000,00
4.2. Fase 2 - Lanzamiento	En esta fase se atenderá todo lo que tiene que ver las entrevistas en vivo y pregrabadas, las notas periodísticas y las eventos con los diferentes medios de comunicación; se realizará la gira de medios con las voceros de la marca región.	Unidad	1	1	$ 8.000.000	$ 8.000.000,00
4.3. Fase 3 - Post Prensa	En esta fase se realizará el cubrimiento con los medios de comunicación en el lanzamiento de la marca región, se realizará el seguimiento y el registro de las notas periodísticas.	Unidad	1	1	$ 8.000.000	$ 8.000.000,00

E T A P A P R E C O N T R A C T U

E T A P A P R E C O N T R A C T U

		$ 3.508.158,00			
		$ 95.500.000,00			
		$ 2.900.000,00			
		$ 2.550.000,00			
		$ 2.550.000,00			
		$ 11.500.000,00			
		$ 7.500.000,00			
		$ 89.600.000,00			
		$ 3.200.000,00			
		$ 7.500.000,00			
		$ 4.800.000,00			
		$ 6.800.000,00			
		$ 4.800.000,00			
			$ 7.187.495,00		
			$ 5.600.291,00		
			$ 5.600.291,00		
		$ 3.508.158,00	$ 3.508.158,00	$ 3.508.158,00	
			$ 21.484.150,00		
			$ 14.739.999,00		
			$ 10.633.333,00		
			$ 6.837.500,00		
			$ 2.592.000,00		
			$ 3.888.000,00		
			$ 18.116.667,00		
			$ 6.413.333,00		
			$ 15.433.333,00		
			$ 12.100.000,00		
			$ 6.250.000,00		
			$ 7.723.338,00		
			$ 14.167.000,00		
			$ 22.000.000,00		
			$ 8.000.000,00		
			$ 8.000.000,00		
			$ 8.000.000,00		

E T A P A P O S T C O N T R A C T U

E T A P A P O S T C O N T R A C T U

E T A P A P O S T C O N T R A C T U

4.4. Transmisión en vivo por televisión regional	Preproducción y producción de la transmisión en vivo por televisión regional del evento de lanzamiento de la Marca Región.	Unidad	1	1	$ 35.700.000	$ 35.700.000,00
5. Desarrollo del evento de Lanzamiento						
5.1. Souvenir	Producción de caja empaque y/o regalo, alusivo a la Región,que contenga en su interior distintas colaciones representativas de Norte de Santander y sus municipios. Todo con la imagen de la marca Región.	Unidad	708	1	$ 63.000	$ 44.100.000,00
5.2. Agrupación Musical	Incluye la contratación de un grupo musical profesional, con reconocimiento regional para amenizar el Lanzamiento oficial. El grupo estará encargado de ofrecer presentaciones en vivo durante el evento, adaptando su repertorio para crear un ambiente agradable y acorde al público presente. El grupo musical seleccionado deberá contar con experiencia en eventos corporativos y con un repertorio variado que pueda satisfacer los gustos de los asistentes. Además, se espera que estén capacitados para trabajar con los equipos de sonido proporcionados y que puedan adaptarse a las necesidades del evento.	Unidad	3	1	$ 10.166.667	$ 30.500.001,00
5.3. Agrupación Musical	Incluye la contratación de un grupo musical profesional, con reconocimiento nacional y/o internacional para amenizar la feria empresarial. El grupo estará encargado de ofrecer presentaciones en vivo durante el evento, adaptando su repertorio para crear un ambiente agradable y acorde al público presente. El grupo musical seleccionado deberá contar con experiencia en eventos corporativos y con un repertorio variado que pueda satisfacer los gustos de los asistentes. Además, se espera que estén capacitados para trabajar con los equipos de sonido proporcionados y que puedan adaptarse a las necesidades del evento.	Unidad	1	1	$ 94.000.000	$ 94.000.000,00
					Total Fase 4	$ 419.791.291,00
Fase 5: Ejecución de Estrategias y Piezas						

En esta fase se implementarán las estrategias diseñadas en fases anteriores. Se lanzarán campañas publicitarias en televisión, radio, prensa escrita y medios alternativos para promocionar la Marca Región del Norte de Santander. Además, se agregarán eventos importantes de los diferentes sectores y se organizará un gran evento de presentación de la marca. Durante esta fase, también se crearán videos promocionales, artículos, blogs y sesiones fotográficas de alta calidad para documentar y difundir estos eventos, con un enfoque especial en las redes sociales para maximizar el alcance y el impacto de la marca.

Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Numero	Valor Unitario	Subtotal
1. Producción de Contenidos						
1.1. Especialista en Contenido Visual	Diseño gráfico y edición de imágenes	Servicio persona - Mes	1	6	$ 7.187.495	$ 43.124.970,00
1.2. Especialista en Contenido de Audio	Creación y edición de contenido de audio para videos y podcasts	Servicio persona - Mes	1	6	$ 7.187.495	$ 43.124.970,00
1.3. Especialista en Contenido de Video	Producción y edición de videos promocionales	Servicio persona - Mes	1	6	$ 7.187.495	$ 43.124.970,00
1.4. Profesional redacción Artículos y Blogs	Profesional redacción de artículos y blogs promocionando la Marca Región.	Servicio persona - Mes	2	8	$ 3.588.158	$ 42.097.896,00
1.5. Profesional en Fotografía	Profesional para la realización de Sesiones fotográficas para destacar los atractivos de la región	Servicio persona - Mes	1	6	$ 3.588.158	$ 21.048.948,00
1.6. Promotores de marca	Personal capacitado para realizar el montaje, desarrollo y documentación del stand oficial de la marca región en los diferentes puntos de la región.	Servicio persona - Mes	2	6	$ 5.600.291	$ 67.203.492,00
1.7. Asesor	Profesional encargado de la asesoría de todo la producción de contenidos.	Servicio persona - Mes	1	6	$ 5.600.291	$ 33.601.746,00
2. Publicidad y Medios						
2.1. Campañas en Televisión	Publicidad en canales nacionales y regionales a través de comerciales de televisión. (6 meses)	Comerciales	60	1	$ 2.987.500	$ 179.250.000,00
2.2. Campañas en Radio	Publicidad en emisoras locales y nacionales a través de cuñas radiales.	Campaña	540	1	$ 17.033	$ 9.197.820,00
2.3. Publicidad en Prensa Escrita	Publicaciones en periódicos y revistas de circulación local, regional y nacional.	Campaña	5	1	$ 7.315.875	$ 36.579.375,00
2.4. Publicidad en Medios Alternativos	Publicidad en vallas digitales y espacios públicos	Campaña	8	1	$ 4.500.000	$ 36.000.000,00
2.5. Estrategias en Redes Sociales	Campañas en redes como Facebook, Instagram y TikTok	Campaña	8	1	$ 5.125.000	$ 41.000.000,00
2.6. Diseño, impresión e instalación de Vallas Publicitarias	Vallas diseñadas e instaladas en puntos estratégicos	Valla	10	1	$ 3.489.167	$ 34.891.670,00
2.7. Alquiler de espacios para vallas publicitarias	Pago de arriendo mensual por espacios en vallas publicitarias del departamento ubicadas estratégicamente.	Mes	10	3	$ 5.000.000	$ 150.000.000,00
2.8. Colaboración con Influencers	Colaboración con influencers para aumentar la visibilidad en redes sociales	Servicio	10	1	$ 11.666.667	$ 116.666.670,00
3. Materiales Promocionales						
3.1. Mugs	Producción de mugs en cerámica con calcomanía vitrificada horneado con logo de la marca región y empaque personalizado.	Mugs	10000	1	$ 26.167	$ 261.670.000,00
3.2. Agendas ergotidas	Producción de agendas de 17.5*24 con anillo de 14 tapas a full color, con separadores, papel ecológico, de 80 hojas a dos tintas.	Agendas	10000	1	$ 26.338	$ 263.380.000,00
3.4. Termos	Producción de termos de 500ml para frío o calor marcados a full color con la Marca Región.	Termos	10000	1	$ 26.500	$ 265.000.000,00
3.5. Souvenir	Producción de caja empaque y/o regalo, alusivo a la Región,que contenga en su interior distintas colaciones representativas de Norte de Santander y sus municipios. Todo con la imagen de la marca Región.	Souvenir	5000	1	$ 63.000	$ 315.000.000,00
3.6. Viajes de Familiarización	Realización de viajes de periodistas al destino Norte de Santander incluyendo tiquetes aéreos, alojamiento, alimentación y actividades turísticas	Persona - Viaje	15	1	$ 4.500.000	$ 67.500.000,00
4. Apoyo a Eventos Locales y Nacionales						
4.1. Ferias Locales, Nacionales e Internacionales	Participación en ferias comerciales, productivas, de turismo y negocios.	Feria	5	1	$ 50.000.000	$ 250.000.000,00
4.2. Eventos Culturales, Académicos, Ciencia y Tecnología	Participación en eventos culturales para aumentar la visibilidad	Evento	15	1	$ 25.000.000	$ 375.000.000,00
4.3. Diseño, fabricación y montaje de Stand de Marca Región para ferias comerciales	Adquisición de mobiliario de stand comercial para atención y recepción de visitantes	Mobiliario	3	1	$ 32.009.000	$ 96.000.000,00
4.4. Alquiler de espacio en Centros comerciales para ubicación de Stand de Marca Región.	Alquilar de espacio en Centro Comerciales de alto trafico para ubicación del Stan de marca Región	Mes	3	3	$ 10.000.000	$ 90.000.000,00
4.5. Diseño, fabricación y montaje de Stand de Marca Región para aeropuertos	Adquisición de mobiliario de stand comercial para atención y recepción de visitantes	Mobiliario	1	1	$ 76.933.333	$ 76.933.333,00
4.6. Alquiler de espacio en Aeropuerto Camilo Daza para ubicación de Stand de Marca Región.	Alquilar de espacio en Aeropuerto Camilo Daza de alto trafico para ubicación del Stan de marca Región.	Mes	2	1	$ 70.000.000	$ 140.000.000,00
4.7. Personal logistico	Personal logistico capacitado para operar cada uno de los Stand de Marca Región ubicadas en los centro comerciales y aeropuertos nacionales.	Servicio persona - Mes	8	1	$ 3.588.158	$ 28.065.264,00
5. Estrategia Digital y Web						
5.1. Desarrollo del Sitio Web	Creación y lanzamiento del sitio web oficial	Paquete	1	1	$ 28.829.051	$ 28.829.051,00
5.2. Desarrollo app	Creación de aplicación web	Paquete	1	1	$ 28.829.051	$ 28.829.051,00
6. Realización Feria Comercial y Productiva de la Marca región.						
6.1. Productor General	Planificar, coordinar y supervisar el evento y/o feria comercial y productivo.	Mes	3	1	$ 7.187.495	$ 21.562.485,00
6.2. Asistentes de producción.	Apoyar la supervisión de la planificación y coordinación del evento y/o feria comercial y productiva.	Mes	1	1	$ 3.588.158	$ 10.524.474,00
6.3. Diseñador y/o creador de contenidos.	Realizar el diseño y creación de todo el contenido visual, la imagen y el vestido gráfico de la feria.	Mes	1	1	$ 3.588.158	$ 10.524.474,00
6.3. Coordinador Logistico.	Coordinar el equipo o personal logistico requerido para el montaje, desarrollo y desmontaje del evento y/o Feria comercial y productiva.	Mes	2	1	$ 5.600.291	$ 11.200.582,00
6.4. Personal Logistico	Equipo encargado de la coordinación logística del evento. Deben tener experiencia en manejo de eventos y capacidad para solucionar problemas de manera efectiva. Sus funciones incluyen la coordinación del montaje y desmontaje, manejo de la agenda, coordinación con proveedores, apoyo al desarrollo del evento, registro de asistencia entre otras actividades requeridas durante la feria.	Mes	1	5	$ 5.600.291	$ 28.001.455,00
6.5. Jefe de Prensa	Profesional con experiencia en el manejo periodístico de eventos centrados; manejo de medios de comunicación, ruedas de prensa.	Mes	3	1	$ 3.588.158	$ 10.524.474,00

A L

A L

A L

A L

A L

			$ 35.700.000,00		
			$ 44.100.000,00		
			$ 30.500.001,00		
			$ 94.000.000,00		
$ 7.187.495,00	$ 7.187.495,00	$ 7.187.495,00	$ 7.187.495,00	$ 7.187.495,00	$ 7.187.495,00
$ 7.187.495,00	$ 7.187.495,00	$ 7.187.495,00	$ 7.187.495,00	$ 7.187.495,00	$ 7.187.495,00
$ 7.187.495,00	$ 7.187.495,00	$ 7.187.495,00	$ 7.187.495,00	$ 7.187.495,00	$ 7.187.495,00
$ 7.016.316,00	$ 7.016.316,00	$ 7.016.316,00	$ 7.016.316,00	$ 7.016.316,00	$ 7.016.316,00
$ 3.588.158,00	$ 3.588.158,00	$ 3.588.158,00	$ 3.588.158,00	$ 3.588.158,00	$ 3.588.158,00
$ 11.200.582,00	$ 11.200.582,00	$ 11.200.582,00	$ 11.200.582,00	$ 11.200.582,00	$ 11.200.582,00
$ 5.600.291,00	$ 5.600.291,00	$ 5.600.291,00	$ 5.600.291,00	$ 5.600.291,00	$ 5.600.291,00
$ 39.875.000,00	$ 39.875.000,00	$ 39.875.000,00	$ 39.875.000,00	$ 39.875.000,00	$ 39.875.000,00
$ 7.532.970,00	$ 7.532.970,00	$ 7.532.970,00	$ 7.532.970,00	$ 7.532.970,00	$ 7.532.970,00
$ 6.013.229,17	$ 6.013.229,17	$ 6.013.229,17	$ 6.013.229,17	$ 6.013.229,17	$ 6.013.229,17
$ 6.000.000,00	$ 6.000.000,00	$ 6.000.000,00	$ 6.000.000,00	$ 6.000.000,00	$ 6.000.000,00
$ 6.833.333,33	$ 6.833.333,33	$ 6.833.333,33	$ 6.833.333,33	$ 6.833.333,33	$ 6.833.333,33
$ 5.895.278,33	$ 5.895.278,33	$ 5.895.278,33	$ 5.895.278,33	$ 5.895.278,33	$ 5.895.278,33
$ 25.000.000,00	$ 25.000.000,00	$ 25.000.000,00	$ 25.000.000,00	$ 25.000.000,00	$ 25.000.000,00
$ 19.444.445,00	$ 19.444.445,00	$ 19.444.445,00	$ 19.444.445,00	$ 19.444.445,00	$ 19.444.445,00
$ 43.691.666,67	$ 43.691.666,67	$ 43.691.666,67	$ 43.691.666,67	$ 43.691.666,67	$ 43.691.666,67
$ 43.896.666,67	$ 43.896.666,67	$ 43.896.666,67	$ 43.896.666,67	$ 43.896.666,67	$ 43.896.666,67
$ 44.166.666,67	$ 44.166.666,67	$ 44.166.666,67	$ 44.166.666,67	$ 44.166.666,67	$ 44.166.666,67
$ 52.500.000,00	$ 52.500.000,00	$ 52.500.000,00	$ 52.500.000,00	$ 52.500.000,00	$ 52.500.000,00
$ 11.250.000,00	$ 11.250.000,00	$ 11.250.000,00	$ 11.250.000,00	$ 11.250.000,00	$ 11.250.000,00
		$ 83.333.333,33	$ 83.333.333,33	$ 83.333.333,33	
		$ 125.000.000,00	$ 125.000.000,00	$ 125.000.000,00	
		$ 32.000.000,00	$ 32.000.000,00	$ 32.000.000,00	
		$ 30.000.000,00	$ 30.000.000,00	$ 30.000.000,00	
		$ 25.644.444,33	$ 25.644.444,33	$ 25.644.444,33	
		$ 46.666.666,67	$ 46.666.666,67	$ 46.666.666,67	
		$ 9.333.333,33	$ 9.333.333,33	$ 9.333.333,33	
			$ 28.829.051,00		
			$ 28.829.051,00		
		$ 7.187.495,00	$ 7.187.495,00	$ 7.187.495,00	
		$ 3.588.158,00	$ 3.588.158,00	$ 3.588.158,00	
		$ 3.588.158,00	$ 3.588.158,00	$ 3.588.158,00	
		$ 3.733.527,33	$ 3.733.527,33	$ 3.733.527,33	
		$ 9.333.818,33	$ 9.333.818,33	$ 9.333.818,33	
		$ 3.588.158,00	$ 3.588.158,00	$ 3.588.158,00	

6.8. Alquiler de espacio Física	Se adecuará y preparán los permisos para un espacio central, amplio y adecuado que permitirá la circulación de personas, instalación escenografía de stands y adecuaciones generales. Este espacio será seleccionado estratégicamente para facilitar la participación activa de la comunidad y maximizar la visibilidad del evento, promoviendo así un entorno propicio para realización de la feria de la marca Región Norte de Santander.	Día	6	1	$ 4.913.333	$ 29.479.998,00
6.9. Sistema de sonido y amplificación.	Alquiler de sistema de sonido y amplificación requerido para el desarrollo de la Feria comercial y productiva, sonido y amplificación que serán requeridos dependiendo del diseño general de la Feria.	Día	3	1	$ 18.116.667	$ 54.350.001,00
6.9. Sistema de iluminación profesional.	Alquiler de sistema de iluminación profesional requerido para el desarrollo de la Feria comercial y productiva, iluminación para cada una de los espacios adecuados para los shows musicales y talleres y/o que serán requeridos dependiendo del diseño general de la Feria.	Día	3	1	$ 6.413.333	$ 19.239.999,00
6.10. Sistema de video.	Alquiler de sistema de video (pantallas LED) requerido para el desarrollo de la Feria comercial y productiva, un sistema de pantallas LED que hagan parte del diseño de la feria para promocionar a los emprendimientos participantes.	Día	3	1	$ 15.433.333	$ 46.299.999,00
6.11. Diseño, elaboración de stand	Se realizará el diseño, fabricación, montaje y desmontaje de los stand que se entregarán a cada marca o empresa participante en la feria. Cada stand deben tener los espacios requeridos, los puntos de luz o accesorios eléctricos necesarios.	Unidad	65	1	$ 2.133.335	$ 127.999.980,00
6.12. Talleristas y/o conferencistas	Profesional encargado de impartir taller y/o conferencia en emprendimiento, creación de empresa, comercialización e ideas de negocios.	Servicio persona - Mes	3	1	$ 3.508.158	$ 10.524.474,00
6.13. Colaboración con influencers	Colaboración con influencers para aumentar la visibilidad de la Feria a nivel nacional.	Unidad	2	1	$ 17.500.000	$ 52.500.000,00
6.14. Artistas musicales	Pago de honorarios profesionales para artistas musicales de la región que participen del desarrollo de la Feria.	Artista	5	1	$ 10.166.667	$ 50.833.335,00
6.15. Diseño, impresión e instalación escenográfico	Realizar el diseño, impresión, fabricación e instalación del concepto de escenografía requerido, ambientación de todos y cada uno de los espacios de la Feria y de cada uno de los sectores participantes de la misma.	Unidad	1	1	$ 64.000.000	$ 64.000.000,00
					SUBTOTAL IMPLEMENTACION	$ 3.745.184.956,00
Componente de Administración						
El componente de administración del proyecto se centra en asegurar la organización y ejecución efectiva de todas las actividades del proyecto. Para ello, incluye la contratación de un equipo clave conformado por un Gerente del Proyecto, responsable de la planificación, supervisión y coordinación general; Profesionales Financieros y Jurídicos para gestionar aspectos específicos, financieros y legales. También contempla la participación de una Secretaria que apoyará en la gestión diaria. A nivel logístico, se incluyen gastos de alquiler de oficina, servicios públicos, y la adquisición de equipos (computadores, impresoras) y materiales de oficina. Además, se asegura la movilidad del equipo mediante el transporte terrestre a todo costo. Estos elementos garantizan que el proyecto funcione de manera eficiente, brindando el apoyo necesario para la ejecución correcta y el seguimiento de todas las actividades.						
Item	Descripción	Unidad	Cantidad	Meses	Valor Unitario	Subtotal
7.1. Gerente del Proyecto	Planificar, coordinar y supervisar actividades del proyecto	Servicio persona - Mes	1	6	$ 7.187.495	$ 43.124.970,00
7.2. Profesional Financiero	Gestionar recursos financieros, controlar presupuesto	Servicio persona - Mes	1	6	$ 3.508.158	$ 21.048.948,00
7.3. Profesional Jurídico	Asesorar en temas legales y normativos del proyecto	Servicio persona - Mes	1	6	$ 3.508.158	$ 21.048.948,00
7.4. Profesional Administrativo	Apoyo administrativo general y atención a beneficiarios	Servicio persona - Mes	1	6	$ 5.600.391	$ 33.601.746,00
7.5. Alquiler de oficina	Alquiler de oficina para el proyecto.	Mes	1	6	$ 3.333.333	$ 21.199.998,00
7.6. Servicios públicos y papelería de oficina	Servicios públicos como agua, luz e internet	Mes	1	6	$ 520.000	$ 3.120.000,00
7.7. Transporte terrestre a todo costo	Traslados para el equipo técnico a las diferentes localidades del departamento. Servicio de transporte terrestre especial a todo costo - Camioneta 4X4 doble cabina con platon, motor de 2.000 cc en adelante, debe contar con aire acondicionado, servicio de transporte a todo costo, entre las cuales se contarán incluido el servicio de conducción, peajes, parqueo, gasolina, combustible, mantenimiento, rodamiento, seguros, remuneración y prestaciones sociales legales del conductor, y demás gastos que el servicio genere, con disponibilidad de horas a disposición 11 horas diarias, incluidas los festivos. "Modelo 2015 en adelante"(IVA INCLUIDO)	Mes	1	6	$ 11.833.333	$ 70.999.998,00
7.8. Computador Portatil	Computadores portátiles para el proyecto.	Unidad	4	1	$ 5.544.333	$ 22.177.332,00
7.9. Impresora multifuncional	Impresora multifuncional para el proyecto	Unidad	1	1	$ 1.879.667	$ 1.879.667,00
					SUBTOTAL ADMINISTRACION	$ 258.327.607,00
					GLOBAL PROYECTO	$ 4.790.482.068,00

		$ 9.826.444,87	$ 9.826.444,88	$ 9.826.444,88	
		$ 18.116.667,00	$ 18.116.667,00	$ 18.116.667,00	
		$ 6.413.333,00	$ 6.413.333,00	$ 6.413.333,00	
		$ 15.433.333,00	$ 15.433.333,00	$ 15.433.333,00	
		$ 42.666.665,00	$ 42.666.668,00	$ 42.666.669,00	
		$ 3.508.158,00	$ 3.508.158,00	$ 3.508.158,00	
		$ 17.500.000,00	$ 17.500.000,00	$ 17.500.000,00	
		$ 16.944.445,00	$ 16.944.445,00	$ 16.944.445,00	
		$ 21.333.333,33	$ 21.333.333,33	$ 21.333.333,33	
$ 7.187.495,00	$ 7.187.495,00	$ 7.187.495,00	$ 7.187.495,00	$ 7.187.495,00	$ 7.187.495,00
$ 3.508.158,00	$ 3.508.158,00	$ 3.508.158,00	$ 3.508.158,00	$ 3.508.158,00	$ 3.508.158,00
$ 3.508.158,00	$ 3.508.158,00	$ 3.508.158,00	$ 3.508.158,00	$ 3.508.158,00	$ 3.508.158,00
$ 5.600.291,00	$ 5.600.291,00	$ 5.600.291,00	$ 5.600.291,00	$ 5.600.291,00	$ 5.600.291,00
$ 3.333.333,00	$ 3.333.333,00	$ 3.333.333,00	$ 3.333.333,00	$ 3.333.333,00	$ 3.333.332,00
$ 520.000,00	$ 520.000,00	$ 520.000,00	$ 520.000,00	$ 520.000,00	$ 520.000,00
$ 11.833.333,00	$ 11.833.333,00	$ 11.833.333,00	$ 11.833.333,00	$ 11.833.333,00	$ 11.833.332,00
$ 3.696.221,00	$ 3.696.221,00	$ 3.696.221,00	$ 3.696.221,00	$ 3.696.221,00	$ 3.696.222,00
$ 351.277,83	$ 351.277,83	$ 351.277,83	$ 351.277,83	$ 351.277,83	$ 351.277,83
$ 457.173.013,67	$ 514.881.313,67	$ 1.112.761.648,00	$ 1.318.491.789,00	$ 622.956.956,00	$ 384.527.155,67
		$ 4.790.482.068,00			

OLGER ALBERTO LOPEZ HEDEL
Secretario de Desarrollo Económico y Productividad