



REPÚBLICA DE COLOMBIA
DEPARTAMENTO DE ARAUCA
MUNICIPIO DE SARAVERENA
NIT: 800102799-6



TRD 102.12.08

SOLICITUD DE LA NECESIDAD



Calle 25 N° 15-40 Barrio Centro - Código Postal: 815010
f @ alcaldíadesaravena - Teléfono: (+57) 8892055 - www.saravena-arauca.gov.co
hacienda@saravena-arauca.gov.co - alcaldia@saravena-arauca.gov.co

Saravena - Agosto de 2026



2

19 AGO 2025

5160

Señores

ALCALDÍA MUNICIPAL DE SARAVERA
SECRETARÍA DE HACIENDA MUNICIPAL
Saravena – Arauca

Radicado

Recibido

Enrich P.
10:03 AM

ASUNTO: Solicitud de fortalecimiento de la promoción turística del municipio de Saravena

Cordial saludo,

Por medio de la presente, la Asociación de Turismo del Sarare – ATUS manifiesta la necesidad de fortalecer las acciones de promoción, divulgación y posicionamiento turístico del municipio de Saravena, con el propósito de contribuir al reconocimiento y visibilidad del territorio como destino turístico y generar mejores condiciones para la promoción de su oferta en escenarios locales, departamentales y nacionales.

En este sentido, se considera necesario impulsar acciones concretas que permitan mejorar la difusión de la oferta turística, los atractivos naturales y culturales, las experiencias, rutas, productos turísticos y demás potencialidades del municipio, facilitando el acceso a información clara, actualizada y atractiva para visitantes y turistas, y fortaleciendo de manera integral la imagen turística de Saravena.

Dentro de estas acciones, se considera prioritaria la renovación, actualización y mejoramiento de las vallas existentes que contienen información turística, especialmente aquellas ubicadas en puntos estratégicos de ingreso, salida y circulación de visitantes que permitan comunicar de manera efectiva las potencialidades de Saravena.

De igual manera, resulta importante avanzar en la producción e impresión de material promocional turístico, que pueda ser utilizado tanto por la Administración Municipal como por el gremio y prestadores de servicios turísticos en los diferentes espacios de promoción y comercialización en los que participe el municipio. Contar con este tipo de herramientas permitiría que el municipio y sus prestadores turísticos dispongan de material adecuado para presentar la oferta local en ferias de turismo, ruedas de negocios, vitrinas comerciales, encuentros empresariales, eventos institucionales, muestras regionales y nacionales y demás escenarios de promoción, facilitando el relacionamiento con agencias de viajes, operadores turísticos, empresarios, instituciones y potenciales visitantes.

Estas acciones permitirían no solamente incrementar la visibilidad del municipio, sino también brindar a los prestadores turísticos **herramientas reales como campaña de promoción y comercialización**, fortaleciendo su capacidad para presentar sus productos y servicios ante diferentes mercados y contribuyendo a una mayor articulación entre el sector público y privado.

El fortalecimiento de la promoción turística permitirá generar mayores oportunidades de visibilidad para los prestadores de servicios y demás actores vinculados al sector, contribuirá a la dinamización de la actividad turística y favorecerá el desarrollo económico local, aprovechando de manera



3

ASOCIACIÓN DE TURISMO DEL SARARE

organizada y sostenible las potencialidades naturales, culturales, rurales y productivas con las que cuenta Saravena.

Por lo anterior, la **Asociación de Turismo del Sarare – ATUS** considera pertinente priorizar el desarrollo de una estrategia integral de promoción turística del municipio de Saravena, que contemple la actualización de los elementos de información turística existentes, la producción de material promocional, el fortalecimiento de la identidad visual del destino y la generación de herramientas que faciliten la presencia y promoción de Saravena en diferentes escenarios turísticos y comerciales.

Agradecemos la atención prestada y reiteramos nuestra disposición para articular esfuerzos que contribuyan al fortalecimiento y consolidación de Saravena como destino turístico.

Atentamente,

CAROLINA RODRÍGUEZ

Representante

Asociación de Turismo del Sarare – ATUS



**ACUERDO N°12
(27 MAYO 2021)**

**MEDIANTE EL CUAL SE ADOPTA LA MARCA CIUDAD DEL MUNICIPIO DE
SARAVENA – ARAUCA “SARAVENA PARAÍSO MULTICULTURAL”.**

EI CONCEJO MUNICIPAL DE SARAVENA - ARAUCA

En uso de sus facultades constitucionales y legales, en especial las conferidas por el artículo 313 de la Constitución Política y la Ley 136 de 1994; y en total concordancia con lo establecido por la Ley 590 de 2000, la Ley 811 de 2003, la Ley 1014 de 2006, la Ley 789 de 2009, y la Ley 1551 de 2012, los Planes Nacionales de Desarrollo 2015-2018 y 2019-2022 y el Plan de Desarrollo del Municipio de Saravena 2020-2023

CONSIDERANDO:

- a). Que el artículo 2 de la Constitución Política de Colombia establece: “Son fines esenciales del Estado: servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución; facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación; defender la independencia nacional, mantener la integridad territorial y asegurar la convivencia pacífica y la vigencia de un orden justo. Las autoridades de la República están instituidas para proteger a todas las personas residentes en Colombia, en su vida, honra, bienes, creencias y demás derechos y libertades, y para asegurar el cumplimiento de los deberes sociales del Estado y de los particulares”.
- b). Que el artículo 7 de la Constitución Política de Colombia establece que el estado reconoce y protege la diversidad étnica y cultural de la Nación colombiana.
- c). Que el artículo 8 de la Constitución Política de Colombia determina como obligación del Estado y de las personas proteger las riquezas culturales y naturales de la Nación.
- d). Que el artículo 72 de la Constitución Política de Colombia dispone que el estado tenga el deber de promover y fomentar el acceso a la cultura de todos los colombianos.
- e). Que el artículo 72 de la Constitución Política, establece que el patrimonio cultural y arqueológico de la Nación está bajo la protección del estado, el cual conforma la identidad nacional, pertenece a la nación y es inembargable e imprescriptible.

f). Que el artículo 6 de la ley 1551 de 2012 modifica el artículo 3 de la ley 136 de 1994, y en su numeral 12 determina como función de los municipios "Fomentar y promover el turismo, en coordinación con la Política Nacional".

g). Que el artículo 313 de la Constitución Política de Colombia, en su numeral 9 establece que corresponde a los concejos municipales dictar las normas necesarias para el control, la preservación y defensa del patrimonio ecológico y cultural del municipio.

h). Que el artículo 14 de la ley 1558 de 2012 modifica el artículo 33 de la ley 300 de 1996 y establece que con el propósito de ser más incluyente y de garantizar el derecho a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre consagrado en el artículo 52 de la Constitución Política, el Estado promoverá el desarrollo del turismo de interés social.

i). Que la ley 1558 de 2012 modifica la Ley 300 de 1996 -Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones.

j). Que fue aprobada en el Congreso de la República la Ley 2068 del 31 de diciembre de 2020 "POR EL CUAL SE MODIFICA LA LEY GENERAL DE TURISMO Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES" y tiene por objeto "fomentar la sostenibilidad implementar mecanismos para la conservación, protección y aprovechamiento de los destinos y atractivos turísticos, así como fortalecer la formalización y la competitividad del sector y promover la recuperación de la industria turística, a través de la creación de incentivos, el fortalecimiento de la calidad y la adopción de medidas para impulsar la transformación y las oportunidades del sector".

k). Que en el Acuerdo municipal N° 10 del 31 de mayo de 2020 Por el cual se adopta el plan de desarrollo del municipio de Saravena para el periodo 2020 – 2023 "UNIDOS EN LAS DIFERENCIAS, POR SARAVERA" se encuentra el programa "TURISMO POR SARAVERA" Cuyo objetivo es gestionar y articular la cadena de valor que organice e integre el turismo en el municipio."

l). Que dentro del programa "TURISMO POR SARAVERA" se encuentran los productos "Documentos de planeación" se encuentra la meta de indicador de producto 350204700 (5) cinco, documentos de planeación para el cautrenio de los cuales (1) uno, se está cumpliendo con la Marca Ciudad "SARAVERA PARAÍSO MULTICULTURAL"

m). Que en el Acuerdo municipal N° 10 del 31 de mayo de 2020 Por el cual se adopta el plan de desarrollo del municipio de Saravena para el periodo 2020 – 2023 "UNIDOS EN LAS DIFERENCIAS, POR SARAVERA" se menciona en los elementos que se consideran estructurantes a atender que textualmente en la



página 85: "se consideran elementos estructurantes a atender: "Establecer Marca Saravena en Turismo."

n). Que la Administración municipal "Unidos en las diferencias" adelantó el proyecto mediante el cual se estableció la marca ciudad del municipio "SARAVENA, PARAÍSO MULTICULTURAL".

o). Que una marca ciudad propende por la apropiación de valores como la multicultural, la gastronomía, la creatividad y el diseño, reconociendo diferentes contextos, contribuyendo a la promoción y fortalecimiento del sentido de pertenencia en los ciudadanos y paralelamente, convierte el espacio geográfico, en un atractivo turístico.

p). Que la marca ciudad tiende al fortalecimiento turístico no solo a nivel local sino regional, nacional e internacional, generando un enriquecimiento y potencialización a las dinámicas económicas posicionando al turismo como eslabón clave de la economía del municipio.

q). Que en diferentes ejercicios prácticos de otras ciudades se sustenta fuertemente la importancia, pertinencia y transversalidad de la formulación, diseño y puesta en marcha de las marcas ciudad.

r). Que, en mérito de lo anterior, el Concejo municipal de Saravena,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Adoptar la marca ciudad del municipio de Saravena – Arauca "SARAVENA PARAÍSO MULTICULTURAL", como estrategia de organización, mercadeo y promoción del municipio, que permitirá su identificación, reconocimiento y diferenciación a nivel regional, nacional e internacional, siendo un símbolo que se consolida a partir de unos valores que posibilitarán y facilitarán el posicionamiento de Saravena como un destino turístico de calidad y pertenencia.

Parágrafo: El uso de la marca ciudad "SARAVENA PARAÍSO MULTICULTURAL" es primordial porque es la base para desarrollar todos los elementos de mercado y comunicación de una forma ordenada, coherente y profesional como un activo intangible de Saravena.

ARTÍCULO SEGUNDO: Contenido de la marca ciudad "SARAVENA PARAÍSO MULTICULTURAL" es una invitación para que los saravenenses y residentes en la ciudad apropien sus elementos identitarios y que los turistas, tengan el deseo de descubrir los valores, símbolos, lugares y dinámicas propias del municipio que hoy

en día es catalogado como la despensa agropecuaria del nororiente colombiano, capital del Sarare y capital comercial del departamento.

una estrategia integral que potencia la esencia y la expresión real de la ciudad, en un subrayado sobre determinada excepcionalidad, capaz de atravesar positivamente los procesos de pertenencia, de identidad colectiva, al tiempo que actúe como identidad de atracción a través de:

INSPIRACIÓN: Saravena cuenta con muchas historias por contar, experiencias únicas que se deben explorar y promocionar para transformarlas en una invitación real al territorio.

CREATIVIDAD: Saravena, es un lugar único que invita al turista a vivir experiencias diferentes, debe entenderse como el lugar donde están presentes todas las regiones del país, donde cada día es una aventura nueva.

EJECUCIÓN VERBAL: Bajo el concepto Saravena paraíso multicultural exploramos y comunicamos la ventaja que aquí tenemos, es vital otorgarle versatilidad al concepto para que el mensaje sea transmitido en todas sus expresiones.

VENJATA COMPETITIVA: Es más fácil encontrar inversionistas adecuados si existe un discurso articulado y eficaz sobre los atributos importantes de la región.

COMPETENCIA INTERNACIONAL: Saravena ofrece experiencias atractivas al turista extranjero, debemos tener en cuenta que los países compiten por una porción de inversiones tanto en turismo como en otras áreas cada vez más crecientes.

PROSPERIDAD ECONÓMICA: En la medida en la que el municipio crece en estructura organizacional y mejora su posicionamiento se convierte en un imán de inversiones y visitantes lo que potencia la prosperidad económica de la ciudad y la región.

ARTÍCULO TERCERO: La Alcaldía Municipal adelantará las acciones pertinentes para **coordinar** la divulgación e implementación de la marca ciudad "SARAVENA"



PARAÍSO MULTICULTURAL", desde una perspectiva transversal, interinstitucional e interadministrativa.

Parágrafo: La Alcaldía y todas sus dependencias tanto centrales como entes descentralizados contribuirán a la consolidación, divulgación e implementación de la marca ciudad "SARAVENA PARAÍSO MULTICULTURAL" y la usarán en todos sus membretes físicos y digitales.

ARTÍCULO CUARTO: Los gobiernos municipales garantizarán la inclusión de la implementación y divulgación de la marca ciudad "SARAVENA PARAÍSO MULTICULTURAL" dentro de los planes de desarrollo, haciendo énfasis en el cumplimiento a lo estipulado en el presente acuerdo.

Parágrafo: Hará parte integral del presente acuerdo el manual de identidad de la marca Ciudad Saravena, "Saravena Paraíso Multicultural".

ARTÍCULO QUINTO: Definiciones. Para efectos del presente Acuerdo se tendrán en cuenta las siguientes definiciones:

- **MARCA CIUDAD:** Una **marca ciudad** (en inglés, *city brand*), en marketing, es el propio nombre de la ciudad al que se asocia una serie de atributos singulares y exclusivos por los que se puede identificar, reconocer y diferenciar dicha ciudad de otras. Se trata de una forma de marca lugar (*place brand*) análoga a la de marca país. Una marca de ciudad tiene que utilizarse como símbolo de su personalidad y debe estar asociada a una serie de activos y recursos urbanos existentes y a unos valores relacionados con el modelo de la ciudad y con una significativa capacidad de atracción.
- **MARKETING:** El término **mercadotecnia** o **mercadeo**, también llamado **márquetin**, del inglés **marketing**, tiene diversas definiciones. Según Philip Kotler, considerado por algunos el padre de la mercadotecnia moderna, es «el conjunto de prácticas y principios que tienen como objetivo principal aumentar el comercio, especialmente la demanda», mientras que para la Asociación Americana de Marketing, o AMA —por sus siglas en inglés—, el **marketing** se considera como «actividad, conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar, y el intercambio de ofertas que tienen valor para los clientes, socios y la sociedad en general».
- **MARKETING TERRITORIAL:** El marketing territorial es la base de todas las estrategias que se realicen a nivel de país, ciudad, lugar, municipio, etc., y tienen que estar todas debidamente alineadas para ser consecuentes con lo que se quiere comunicar y con la imagen que se desea proyectar. Su propósito es capitalizar la reputación de un territorio a través del desarrollo de tres sectores: turismo, economía e inversión. Los territorios no pueden comercializarse como productos o empresas debido a la variedad de intereses de los turistas, inversionistas y exportadores.

- **BRANDING:** El branding se puede definir como el proceso de construcción de una marca. ... Se busca dar peso y mostrar todas las cualidades que tiene la marca en sí para que el cliente pueda conocer los valores y visión que la marca tiene y que le sirve para diferenciarse de otras.
- **CONCEPTO GRÁFICO:** El concepto gráfico es la idea o pensamiento subyacente de un diseño gráfico referido a cualquier trabajo de mercadotecnia, donde se intenta expresar con imágenes dicha idea.
- **POSICIONAMIENTO:** Llamamos posicionamiento a la imagen que ocupa nuestra marca, producto, servicio o empresa en la mente del consumidor. Este posicionamiento se construye a partir de la percepción que tiene el consumidor de nuestra marca de forma individual y respecto a la competencia.
- **TURISMO:** La palabra turismo —según la OMT Organización Mundial del Turismo— comprende «las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual durante un período de tiempo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros». Si no se realiza pernoctación, se consideran excursionistas. Los turistas y excursionistas forman el total de visitantes. || El turismo es uno de los sectores económicos más amplios en la economía mundial; puede ser, por ejemplo, dependiendo del fin por el que se realice, un viaje por turismo de negocios, así como un viaje por turismo rural.

ARTÍCULO SEXTO: Este Acuerdo rige a partir de la fecha de su publicación.

COMUNÍQUESE, PUBLIQUESE Y CÚMPLASE

Dado en Saravena Arauca, a los veintisiete (27) días del mes de mayo de 2021

EL PRESIDENTE DE LA CORPORACION



JOSÉ MIGUEL GARCIA COBOS

LA SECRETARIA GENERAL



FANNY YADIRA FERNANDEZ TORRES



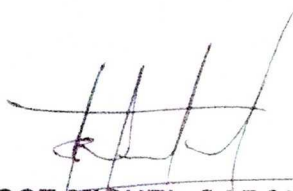
**EL PRESIDENTE Y LA SECRETARIA GENERAL DEL CONCEJO DEL MUNICIPIO
DE SARAVERA, DEPARTAMENTO DE ARAUCA**

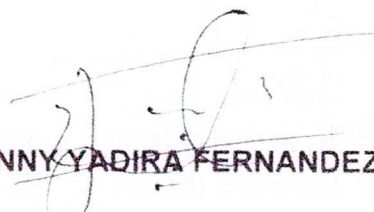
HACEN CONSTAR:

Que el Proyecto de Acuerdo No. 17 del 03 de mayo de 2021 **"MEDIANTE EL CUAL SE ADOPTA LA MARCA CIUDAD DEL MUNICIPIO DE SARAVERA – ARAUCA "SARAVERA PARAÍSO MULTICULTURAL"**. Fue aprobado en dos debates celebrados en días diferentes, así:

Primer debate: 19 de mayo de 2021

Segundo debate: 27 de mayo de 2021


JOSE MIGUEL GARCIA COBOS


FANNY YADIRA FERNANDEZ T



INFORME SECRETARIAL: Saravena, 03 de junio de 2021

Recibí hoy 03 de junio de 2021 a las 04:30 horas, procedente del Honorable Concejo Municipal el Acuerdo No. 12 del 27 de mayo de 2021 **"MEDIANTE EL CUAL SE ADOPTA LA MARCA CIUDAD DEL MUNICIPIO DE SARAVENA – ARAUCA "SARAVENA PARAÍSO MULTICULTURAL."** pasa al despacho del alcalde para los fines pertinentes.

WILLIAM RINCON MENDOZA
Secretario General y de Gobierno

Revisado el Acuerdo No. 12 del 27 de mayo de 2021 **"MEDIANTE EL CUAL SE ADOPTA LA MARCA CIUDAD DEL MUNICIPIO DE SARAVENA – ARAUCA "SARAVENA PARAÍSO MULTICULTURAL."** Se **SANCIONA** por encontrarse ajustado a la ley, el día tres (03) de junio de 2021.

CESAR ALIRIO TORRALBA PEÑA
Alcalde Municipal (e) Res.N° 1553 junio 02/ 2021

proyectó	Nombre William Rincón Mendoza Cargo secretario general y de gobierno	
revisó	Nombre Oscar Mauricio Serrano Romero Cargo asesor jurídico	
digito	Nombre Lenis Yulieth Lozano Mendoza Cargo Auxiliar administrativo	

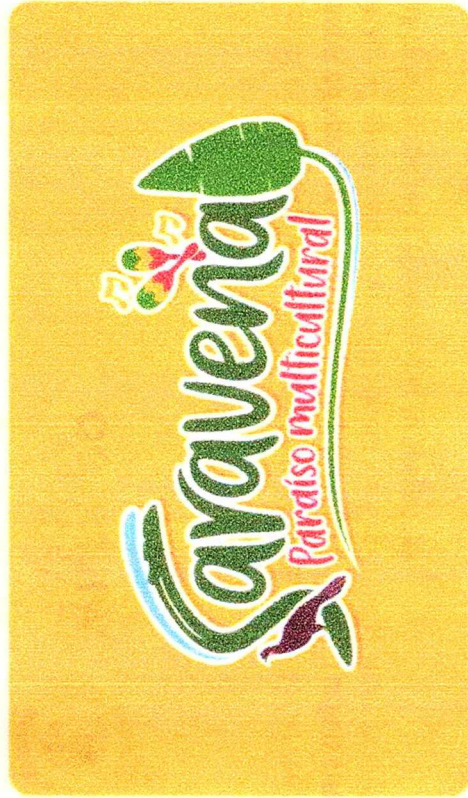


MANUAL DE IDENTIDAD MARCA CIUDAD

“SARAVENA PARAÍSO MULTICULTURAL”



WILFREDO
ALCALDE
2020-2023



Nombre de Saravena en color verde naturaleza con textura vegetal y de trazos curvos en representación de los bosques y árboles predominantes en todo el municipio.

La cara del indio "SIRA" acostado, visto desde todos los puntos altos del municipio, cuota indígena visual y ancestral.

Nuestro característico cielo azul.

Una pava (ave insignia del municipio) posada sobre la letra "S" en representación de la diversidad de especies existentes en el municipio.

Paisaje representando el piedemonte araucano.

Resultado de la preferencia y percepción de la gente, analizada desde el punto de vista marketing para ser proyectada en diferentes escenarios; **este slogan comunica en dos palabras el verdadero significado de Saravena**, pronunciado da una referencia mental de lo que somos y lo que el visitante va a encontrar.

Maracas y notas musicales en representación de la música, la alegría, la diversidad y nuestras festividades.

Marco verde finalizando con una hoja de plátano representando nuestra reserva y vocación agrícola, cultura y tradiciones.

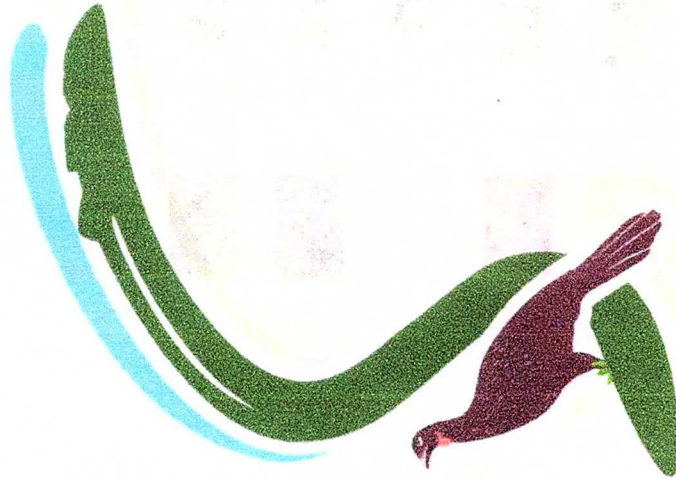
Río como la riqueza hídrica con contraste de color (agua).



	R	G	B
	0	102	51
	0	153	51
	255	204	0
	220	0	0
	0	188	255
	74	66	59
	83	74	67



WILFREDO
ALCALDE
2020-2023



WILFREDO
ALCALDE
2020-2023



15,0 cm

0,0 cm

7,148 cm

0,0 cm









REPÚBLICA DE COLOMBIA
DEPARTAMENTO DE ARAUCA
MUNICIPIO DE SARAENA
NIT: 800102799-6



Calle 27 No. 15-50 Barrio Centro - Código Postal: 815010
Teléfono: (+57) 8892027 - www.saravena-arauca.gov.co
alcaldia@saravena.gov.co - despacho@saravena-arauca.gov.co
Alcaldía Saravena