

ANÁLISIS ESPACIAL DE DINÁMICAS TERRITORIALES Y DE CONDICIONES DE CONECTIVIDAD DE LAS ZONAS PRODUCTIVAS DEL MUNICIPIO

REACTIVACIÓN ECONÓMICA

**GRAMALOTE,
Norte de
Santander.**



CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	8
JUSTIFICACIÓN	10
1 Antecedentes y análisis de contexto.....	11
1.1 Tragedia del año 2010	11
1.2 Condiciones poblacionales antes y después del desastre	13
1.2.1 Población	14
1.2.2 Fluctuaciones de la población.....	14
1.2.3 Fluctuaciones de ingresos.....	17
1.3 Procesos posteriores al año 2010:	20
1.4 La nueva normatividad y las condiciones institucionales	26
1.5 Aprendizajes y aspectos relevantes para el actual proceso de reactivación económica.....	36
2 Condiciones productivas y de conectividad actuales de Gramalote .40	
2.1 Metodología de análisis	40
2.1.1 Acerca de la información económica urbana.....	40
2.1.2 Acerca de la información económica rural.....	42
2.2 Unidad de análisis y listado de preguntas relacionadas de las encuestas de economía urbana y rural	44
2.3 Información socioeconómica	47
2.3.1 Dimensión Urbana.....	47
2.3.2 Dimensión Rural.....	54
2.4 Actividad Productiva	56
2.4.1 Dimensión Urbana.....	57
2.4.2 Dimensión Rural.....	63
2.5 Comercialización y condiciones de conectividad.....	78
2.5.1 Dimensión Urbana.....	79

2.5.2	Dimensión Rural.....	84
2.6	Relación Urbano - Rural con la Plaza de Mercado	97
2.6.1	Dimensión Urbana	97
2.6.2	Dimensión Rural.....	100
2.7	Proyección de negocio.....	105
2.7.1	Dimensión Urbana	106
2.7.2	Dimensión Rural.....	107
3	Análisis geoespacial de la economía local.....	110
3.1	Ubicación geográfica de los negocios urbanos	110
3.2	Visores geográficos del análisis espacial en el aplicativo ArcGIS online.....	110
3.3	Análisis espacial de densidades de actividades económicas en el casco urbano de Gramalote.....	113
3.4	Análisis geográfico de la producción rural	148
4	Conclusiones y recomendaciones.....	151

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Comportamiento poblacional 2005-2018 Gramalote.....	16
Figura 2 Causas de cambio de residencia durante los últimos 5 años, población Gramalote	18
Figura 3 Presencia Institucional 2010 Gramalote	24
Figura 4 Número de integrantes del hogar	47
Figura 5 Propiedad de la vivienda donde desarrolla la actividad productiva	48
Figura 6 Propietarios de las actividades comerciales en el municipio....	49
Figura 7 Negocios con registro mercantil	50
Figura 8 Tipo de empleos generados en los negocios actuales	51
Figura 9 Cantidad de trabajadores por tipo de actividad productiva.....	52
Figura 10 Nivel de asociatividad	53
Figura 11 Tipo de organizaciones presentes en las veredas	54
Figura 12 Actividad económica por sector económico y barrial.....	57
Figura 13 Actividades comerciales en el municipio	59
Figura 14 Días de atención al público de los establecimientos comerciales	61
Figura 15 Ingresos mensuales promedio por ventas.....	62
Figura 16 Tipo de actividades por sectores productivos que en las veredas	63
Figura 17 Días de mayor dinámica comercial en las veredas.....	65
Figura 18 Productos agropecuarios de las veredas	67
Figura 19 Productos más representativos de la zona rural.....	68
Figura 20 Principales actividades pecuarias que se producen en la vereda	69
Figura 21 Productos derivados o transformados producidos en la vereda para comercializar	71
Figura 22 Veredas con actividades de comercio, servicios o transporte	72
Figura 23 Actividades de comercio, servicios o transporte por vereda..	73
Figura 24 Sitios turísticos o potencialmente turísticos en las veredas ..	75
Figura 25 Lugar y proveedor de productos o artículos para los negocios	79

Figura 26 Frecuencia de abastecimiento de los negocios en el municipio	80
Figura 27 Medios de transporte usados para el abastecimiento de los negocios.....	81
Figura 28 Estrategias de comercialización usadas	82
Figura 29 Procedencia de los clientes al mercado local urbano.....	83
Figura 30 Requerimiento de insumos y servicios para las actividades productivas de la zona rural	84
Figura 31 Frecuencia de visita de los habitantes rurales al nuevo casco urbano	85
Figura 32 Lugares de comercialización de la producción rural	86
Figura 33 Negocios del casco urbano donde los habitantes rurales venden su producción	88
Figura 34 Vías utilizadas para llegar al nuevo casco urbano.....	90
Figura 35 Condiciones de las vías o caminos para la conectividad con el casco urbano	92
Figura 36 Medios de transporte para llegar y comercializar en el casco urbano	94
Figura 37 Ruta de transporte para llegar de zona rural al casco urbano	95
Figura 38 Veredas con ruta de transporte	96
Figura 39 Venta de productos del comercio urbano a la plaza de mercado	97
Figura 40 Compra de productos y frecuencia de compra en la plaza de mercado.....	98
Figura 41 Servicios y productos alternativos potenciales en la plaza de mercado.....	99
Figura 42 Frecuencia de visita de habitantes rurales a la plaza de mercado	100
Figura 43 Venta y compra de productos de los habitantes rurales en la plaza de mercado	101
Figura 44 Productos rurales que se comercializan en la plaza de mercado	103
Figura 45 Productos y servicios que los habitantes rurales desean encontrar en la plaza de mercado	104
Figura 46 Mapa de negocios urbanos por tipo de actividad	110

Figura 47 Densidad de los negocios totales del casco urbano	117
Figura 48 Densidad de los negocios de víveres y abarrotes	120
Figura 49 Densidad de los negocios de restaurantes y comidas rápidas	123
Figura 50 Densidad de los negocios de estética y belleza	125
Figura 51 Densidad de los negocios de miscelánea y variedades.....	127
Figura 52 Densidad de los negocios de confecciones y clínicas de ropa	129
Figura 53 Densidad de los negocios de cárnicos y embutidos.....	132
Figura 54 Densidad de los negocios de internet y papelería.....	135
Figura 55 Densidad de los negocios de cafeterías y heladerías.....	137
Figura 56 Densidad de los negocios de cafeterías y heladerías.....	139
Figura 57 Densidad de los negocios de hospedaje.....	142
Figura 58 Densidad de los negocios de productos agropecuarios.....	144
Figura 59 Densidad de los negocios de talleres de ornamentación.....	146
Figura 60 Mapa de principales productos agropecuarios de Gramalote	148
Figura 61 Mapa de productos agropecuarios transformados de Gramalote	150

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Rango de ingresos de las familias de Gramalote 2005-2018....	17
Tabla 2 Necesidades Básicas Insatisfechas Gramalote 2005 – 2018	19
Tabla 3 Componentes y Programas del Plan de Reasentamiento	21
Tabla 4 Anteriores operadores - atención al proceso de reasentamiento	25
Tabla 5 Programas con enfoque económico en el Plan de Desarrollo Municipal de Gramalote 2020-2023.....	26
Tabla 6 Programas con enfoque económico del Plan de Desarrollo Departamental para Norte de Santander 2020-2023	28
Tabla 7 Apoyo al emprendimiento y la mejora de la productividad desde el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022	31
Tabla 8 Esquema de análisis económico urbano - rural.....	43
Tabla 9 Tipo de organizaciones con énfasis productivo en la zona rural	55
Tabla 10 Sitios turísticos identificados por los encuestados	75
Tabla 11 Sitios turísticos relacionados por la Alcaldía de Gramalote.....	77
Tabla 12 Recorrido de las vías terciarias y distancia al casco urbano ...	91
Tabla 13 Proyección de mejora y crecimiento de los negocios urbanos actuales	106
Tabla 14 Líneas de negocios identificadas en la zona rural	108
Tabla 15 Total de unidades productivas por tipo de actividad económica	114
Tabla 16 Proyección de negocios de víveres y abarrotes	121
Tabla 17 Proyección de negocios de restaurantes y comidas rápidas .	124
Tabla 18 Proyección de negocios de estética y belleza	126
Tabla 19 Proyección de negocios de miscelánea y variedades.....	128
Tabla 20 Proyección de negocios de confecciones	130
Tabla 21 Proyección de negocios de cárnicos y embutidos	133
Tabla 22 Proyección de negocios de internet y papelerías	136
Tabla 23 Proyección de negocios de cafeterías y heladerías.....	138
Tabla 24 Proyección de negocios de mensajería, giros y juegos de azar	140
Tabla 25 Proyección de negocios de hospedaje.....	143
Tabla 26 Proyección de negocios de productos agropecuarios.....	145

Tabla 27 Proyección de negocios de talleres de ornamentación..... 147

INTRODUCCIÓN

El presente análisis espacial busca indagar y analizar distintas dinámicas territoriales y condiciones de conectividad, como base para el direccionamiento de distintas estrategias y acciones en busca de la reactivación económica del municipio de Gramalote, en especial de su nuevo casco urbano.

Este tipo de análisis sirve como un insumo que orienta muchas de las decisiones que se deben tomar en este proyecto, en procura del desarrollo económico, pensado como un proceso que es integral y situado, es decir territorial, y que busca la construcción y/o recuperación de un tejido de relaciones socioeconómicas que dinamicen no solo la economía, sino la vida gramalotera a partir de un nuevo eje: el nuevo casco urbano.

En el primer capítulo busca retomar los antecedentes que permiten realizar un diagnóstico del municipio y marcan el contexto actual de lo que es Gramalote, tanto a nivel de la dinámica social, económica, cultural, así como el fortalecimiento de su institucionalidad y normatividad que lo regula y direcciona hacia unas metas o propósitos que muestra el contexto previo a la reactivación económica.

Es, además, el punto de partida para el actual proceso de reactivación económica que promueve el Fondo Adaptación.

En el segundo capítulo se ahonda en las condiciones socioeconómicas, productivas y de conectividad que muestran la estructura actual del municipio, sobre la cual se debe desarrollar todo el proceso de reactivación económica. El análisis aquí propuesto, parte desde fuentes de información estadística oficial, hasta los análisis de información primaria recopilada por la Fundación Socya a partir de distintas estrategias.

En el tercer capítulo se acude a las formas gráficas, mapas y el análisis geoespacial, para analizar desde las herramientas y visión geográficas y cartográficas esas condiciones y dinámicas socioeconómicas, especialmente desde un análisis de densidades productivas, económicas

y de productividad, mediante la técnica de *densidad de kernel*, que provee el software ArcGis, que permite mediante las gráficas conocer los sitios con mayor o menos densidad de negocios ubicados en el nuevo casco urbano.

JUSTIFICACIÓN

El análisis espacial se presenta como una herramienta fundamental para el logro de los objetivos que se tienen en el Proyecto de Reactivación Económica de Gramalote. Si bien se cuentan con muchas herramientas para los distintos procesos, este análisis debe redundar en una posibilidad para comprender de manera más profunda los aspectos que permitirán que una reactivación económica de este tipo, sea efectiva y sostenible en el tiempo.

Se observa la necesidad de obtener información actualizada y operacionalizarla en función de los distintos objetivos y estrategias de la reactivación de desarrollo económico, además de analizarla y comprenderla, partiendo de la realidad actual del municipio y así aumentar la probabilidad de éxito del proyecto y de desarrollo de la comunidad gramalotera.

Es por ello, por lo que este es uno de los productos principales que marcará la hoja de ruta de distintas acciones que se ejecutarán durante el tiempo que dure esta iniciativa para terminar de encaminar la recuperación y transformación del municipio de Gramalote.

Este producto permite tener utilidad como guía para la priorización de las distintas ideas de negocios, de la mano de los criterios para la selección de ideas y planes de negocios, en el sentido de que muestra las líneas productivas estratégicas o principales de los distintos renglones productivos presentes en Gramalote, tanto a nivel urbano como rural, así como muestra las distintas necesidades de montaje de otras propuestas de emprendimientos que aún no se han desarrollado en el municipio, a partir de un análisis cuantitativo y cualitativo de la base estadística de fuente primaria y secundaria, y de un análisis espacial de la actual oferta económica gramalotera.

Igualmente, se logra con esta propuesta un análisis de conectividad, considerando que es un nuevo casco urbano, con una nueva ubicación y alrededor del cual se construye y se pretende tejer nuevas y recuperar las antiguas relaciones socioeconómicas y territoriales.

1 ANTECEDENTES Y ANÁLISIS DE CONTEXTO

En este capítulo se busca mostrar con datos los antecedentes generales y específicos que se tiene sobre Gramalote, tomando en cuenta los distintos estudios que se han realizado posteriormente a la tragedia, así como información previa que sea pertinente para los objetivos del contrato y del presente documento. Se busca poder identificar desde los datos y, desde otros análisis, como el *Plan de Reasentamiento* presentado en 2015 por el Fondo Adaptación a través del contrato 171 de 2013, los cambios que se han dado en la transformación del municipio debido al desastre ocurrido al final del año 2010.

Se analizan fuentes de información, tales como: informe rural e informe urbano (Fondo Adaptación - FA); informe caracterización y análisis (SOCYA); caracterización Esquema de Ordenamiento Territorial - EOT (Alcaldía); información estadística de otras fuentes como Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE, Datos Abiertos (información cartográfica), Departamento Nacional de Planeación - DNP, Cámara de Comercio de Cúcuta, Gobernación de Norte de Santander y Alcaldía Municipal de Gramalote.

También se busca analizar los antecedentes que se tienen actualmente respecto a la normatividad que se ha construido recientemente, tal como el nuevo Esquema de Ordenamiento Territorial - EOT¹ que rige el desarrollo del Municipio y los actuales planes de desarrollo aprobados y en vigencia.

1.1 Tragedia del año 2010

¹ Concejo Municipal de Gramalote. Acuerdo N° 004 de 2018.

La afectación a nivel nacional causada por la ola invernal en los años 2010-2011, ocasionada por el fenómeno meteorológico de La Niña en Colombia, provocó fuertes lluvias, inundaciones, deslizamientos y daños de diferentes tipos de infraestructura, que generaron como respuesta del Gobierno Nacional la declaratoria de un estado de emergencia económica, social y ecológica, y de situación de desastre; catalogándose el fenómeno invernal como el peor en los últimos 40 años².

Dadas las inundaciones, deslizamientos y damnificados que se dieron con la ola invernal, el Instituto Geológico Agustín Codazzi - IGAC identificó, cuantificó y publicó un reporte preliminar de las afectaciones y, posteriormente, un reporte final que dio cuenta de la real afectación en el territorio nacional. De acuerdo con el Plan de Reasentamiento, el reporte final descartaba los cuerpos de agua existentes y las áreas de inundación periódica para reportar así, con exactitud, el área de afectación e inundación de la ola invernal del 2010-2011; los datos de este reporte final dieron como resultado un área afectada real de 1.642.108 hectáreas.

Para el departamento el plan de reasentamiento menciona:

Norte de Santander durante este periodo invernal tuvo un área de afectación de 26.403 hectáreas, siendo objeto de interés nacional por la ahora catalogada "Tragedia de Gramalote". "La población había reportado ante las autoridades locales movimientos de masa desde las primeras semanas de diciembre [de 2010], durante los días 16 y 17 se presentó el evento más fuerte, con un desplazamiento del terreno que alcanzó alrededor de cuatro metros por hora, posiblemente acelerado por un movimiento sísmico que ocurrió el 17 de diciembre con epicentro en zona rural de Salazar (Servicio Geológico Colombiano, 2012). El área afectada abarcó un área de 100 Ha. y la magnitud de los daños generados por el movimiento, que fue destruyendo lentamente vías, construcciones e

² Tomado de: Plan de Reasentamiento de la Población Habitante del Casco Urbano de Gramalote. Bogotá, marzo De 2015. Proyecto de Reasentamiento del Casco Urbano y Rehabilitación Económica del Municipio de Gramalote. Fondo Adaptación, Ministerio de Hacienda.

infraestructura, obligó a la población, compuesta por aproximadamente novecientas familias, a evacuar de inmediato”.

A raíz de las fuertes precipitaciones y debido a estar ubicados en una zona de fallas geológicas, los habitantes del área urbana del municipio se vieron obligados a evacuar desde el 16 de diciembre de 2010 y el 17 de diciembre ocurrió desde el Cerro de La Cruz un deslizamiento de tierra que arrasó a su paso con esta zona rural del municipio y con gran parte del área urbana, catalogándose desde ese instante como zona de alto riesgo y encargándose a Colombia Humanitaria hoy en día Fondo Adaptación por orden del Gobierno Nacional el traslado y reconstrucción total del casco urbano del municipio de Gramalote.

1.2 Condiciones poblacionales antes y después del desastre

Para esta sección se hizo uso de la información proporcionada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE, en el último censo poblacional y de vivienda llevado a cabo en el año 2018 para el municipio de Gramalote en Norte de Santander. Los aspectos principales en este eje son: la población total, los rangos de edad donde se ubica la mayoría de la población y la fluctuación de grupos de edad específicos a través de los años en el municipio, es decir la fluctuación dada entre el censo oficial anterior al desastre en el año 2005 y el censo oficial posterior al desastre; comenzado el proceso de reubicación en el casco urbano del municipio en el año 2017. Además de eso, se tomó de la página web de Gramalote Norte de Santander una tabla con las estadísticas sobre la fluctuación de los ingresos en las familias gramaloterías antes y después del desastre; mostrando así una parte del panorama socioeconómico del municipio.

1.2.1 Población

Para el año 2005, la población total en Gramalote era de 2.934 personas, de las cuales el 50,2% eran hombres y el 49,8% mujeres. Es también importante anotar que los grupos de edad con más población en los hombres se hallan en los rangos de edad entre los años (5-9), (10-14), (15-19), (35-39) y (40-44), destacándose como mayoritario el porcentaje de hombres entre 5 y 9 años. Para el sexo femenino, el comportamiento dado por grupos de edad es muy parecido al componente masculino; solo difieren en el grupo de edad con mayor población, siendo para el sexo femenino el rango de edad entre los 10 y 14 años con más del 6% de la población. En tanto para el año 2018 (censo posterior al desastre), la población total censada es de 6.408 habitantes, mostrando un aumento en la población de 3.474 personas; de los cuales el 56% son hombres y el 44% son mujeres. En cuanto a los hombres, la mayor concentración poblacional está en los grupos de edad entre: (15-19), (20-24), (25-29), (45-49), de estos se destaca el grupo con edades entre 20 a 24 años, con un 5,49% del total de la población masculina. Por otro lado, para el grupo de las mujeres los rangos de edad con mayor concentración poblacional son: (15-19), (20-24), (35-39), (45-49); destacándose entre ellos el rango de edad entre 15 y 19 que concentra el 4,4% de la población total femenina.

De los rangos de edad con mayor población y en comparación con el censo del 2005 se puede indicar que la población menor ha disminuido y los que ostentaban esos puestos ahora componen grupos de edad diferentes que mantienen los índices de población mayor en sus respectivas categorías actuales.

1.2.2 Fluctuaciones de la población

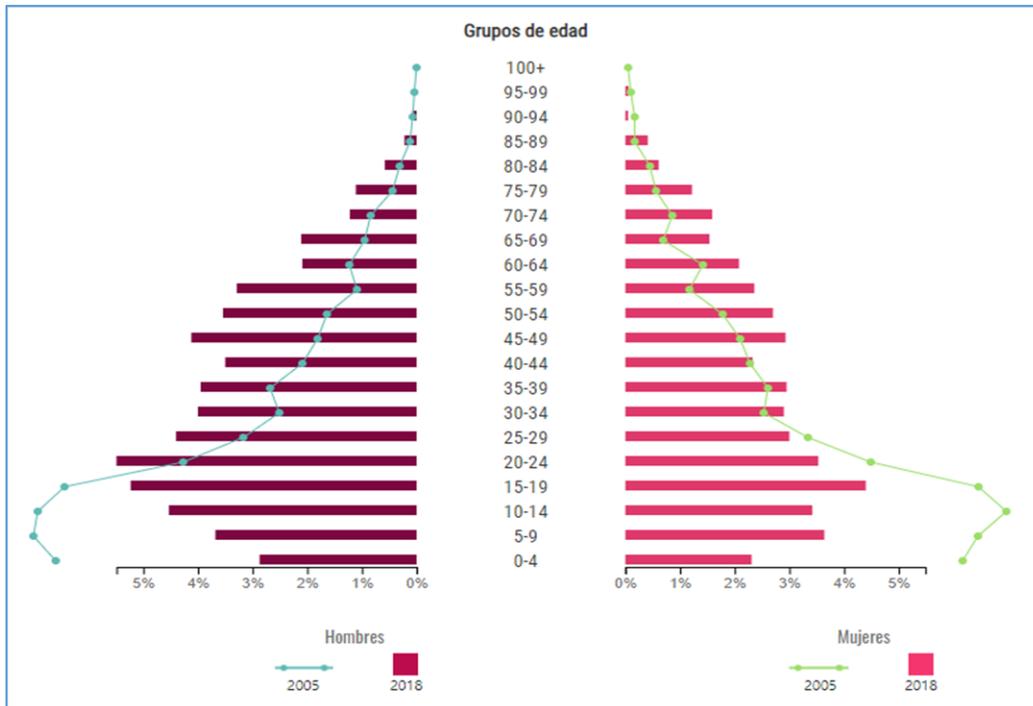
Las fluctuaciones se entienden como el cambio negativo de una característica en específico y con probabilidad de ser producto del paso del tiempo o las circunstancias de emergencia de la ola invernal del año 2.010 el desastre ocurrido en Gramalote.

En grupos de edad las fluctuaciones negativas más significativas de la población dados los datos del DANE se dieron:

- Para los hombres, en los rangos de edad entre los 0-19 años.
- Para las mujeres las fluctuaciones más significativas en población están en los rangos de edad entre 0-29 años.

Estos datos y los gráficos relacionados a continuación, con las condiciones demográficas de la población permiten ver los procesos subyacentes en el territorio como: entre el periodo del 2005 y el 2018 sucede la pérdida del casco urbano –en el año 2010– y con ello la población urbana se desplazó a diferentes lugares; además, temporalmente no funcionó la Registraduría Municipal de Gramalote y no hubo atención de partos en el puesto de salud; lo que pudo afectar los datos relacionados a la población infantil del municipio y particularmente la que se encuentra en edad escolar.

Figura 1 Comportamiento poblacional 2005-2018 Gramalote³



Respecto a la asistencia escolar de la población entre 3 y 24 años, se puede observar que en la antigua cabecera municipal el 72,8% de esta población asistía a un establecimiento educativo formal, mientras que en el resto (zona rural y otros centros poblados) del municipio únicamente la mitad de la población lo hacía correspondiendo al 54,1%, de acuerdo con información suministrada por la Secretaría Departamental de Educación, en el año 2010 había 1.617 estudiantes, que luego del desastre pasaron a ser 948 en el año 2014.

Uno de los detalles que dan cuenta de este tipo de procesos es la locación del Colegio Sagrado Corazón de Jesús y la población estudiantil del municipio. Entre el año 2011 y 2012, el colegio funcionó en el municipio de Santiago, en la jornada de la tarde en la Institución Santiago Apóstol.

³ DANE. Censo nacional de población y vivienda, 2005 y 2018.

Entre el año 2013 y 2017 se estableció la sede temporal del Colegio Sagrado Corazón de Jesús en la vereda Valderrama, cerca al centro poblado La Estrella, sitio dónde se encontraban ubicados los albergues temporales con población damnificada de la pérdida del casco urbano. Finalmente, en el año 2018 la población estudiantil recibe la formación educativa en la sede ubicada en el nuevo casco urbano del municipio de Gramalote.

1.2.3 Fluctuaciones de ingresos

La fluctuación en ingresos indica que hay un incremento del número de familias ubicadas en los rangos de menor ingreso.

Tabla 1 Rango de ingresos de las familias de Gramalote 2005-2018⁴

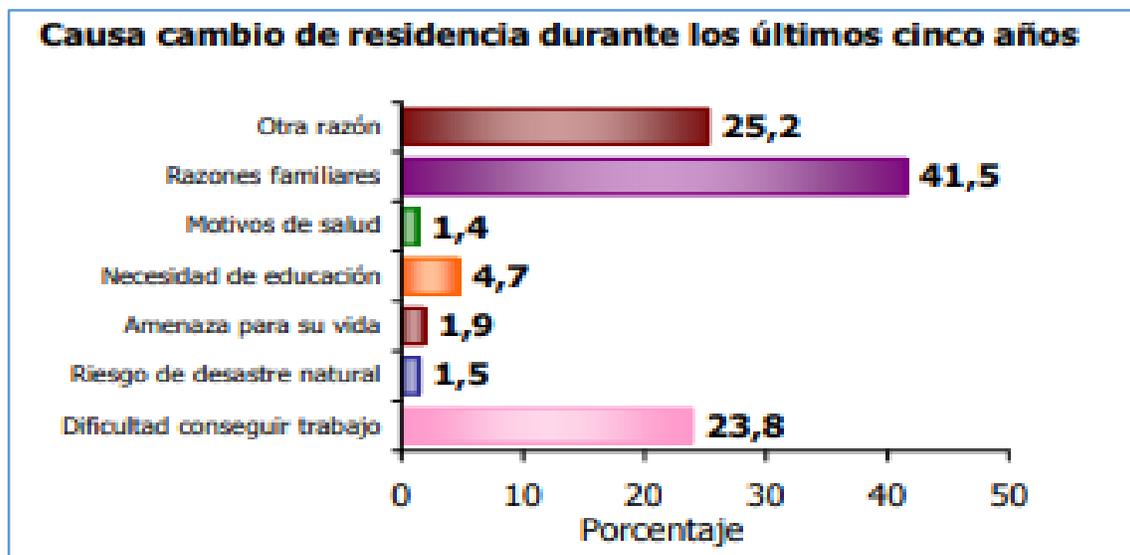
Rango de ingresos familias	Número de familias 2005	Número de familias 2018	Porcentaje de familia 2005	Porcentaje de familias 2018	Diferencia
menor de 100 mil	118	252	12%	26%	14%
de 100 mil a 200 mil	75	79	8%	8%	0%
de 200 mil a 300 mil	70	67	7%	7%	0%
de 300 mil a 400 mil	79	69	8%	7%	-1%
de 400 mil a 500 mil	74	60	8%	6%	-2%
de 500 mil a 600 mil	98	96	10%	10%	0%
de 600 mil a 700 mil	56	44	6%	5%	-1%
de 700 mil a 800 mil	40	45	4%	5%	1%
de 800 mil a 900 mil	45	15	5%	2%	-3%
de 900 mil a 1 millón	48	27	5%	3%	-2%
mayor a 1 millón	271	220	28%	23%	-5%

En particular, se encontró que el 50% de las familias que se encontraban en una condición de tenedor simple, sobre el predio que habitaban, tenía un ingreso menor a un salario mínimo mensual legal vigente antes del desastre (Universidad Simón Bolívar, 2012).

⁴ Fuente: Alcaldía de Gramalote. 2019. Datos Abiertos. [Http://www.gramalote-nortedesantander.gov.co/tema/datos-abiertos](http://www.gramalote-nortedesantander.gov.co/tema/datos-abiertos)

También es importante anotar que en el censo del año 2005 el DANE, como lo demuestra la siguiente imagen, había reportado las causas de cambio de residencia de la población de Gramalote en los últimos 5 años. De estas causas se destacan tres: “razones familiares”, con un porcentaje de 41,5%; “otras razones” en segundo lugar, con un porcentaje de 25,2%; y “dificultad para conseguir trabajo”, con un porcentaje de 23,8%. La dificultad para conseguir trabajo es una razón de tipo socioeconómica que permite hacer una lectura relacionada a las dificultades de los habitantes del antiguo casco urbano para acceder a una fuente de ingresos respecto a un empleo, y que también influyen las posibilidades de retorno de los habitantes.

Figura 2 Causas de cambio de residencia durante los últimos 5 años, población Gramalote



Antes del desastre se presentaba una economía familiar equilibrada, cuyos gastos eran proporcionales a sus ingresos. De acuerdo con la Universidad Simón Bolívar, solo un 26% presentaban desequilibrios en su economía familiar, atribuidos a la falta de una cultura de ahorro. Dicho número aumentó a un 53% después del desastre, debido a los altos costos que implicó para las familias la ubicación temporal en otros municipios de Norte de Santander.

Estos datos son importantes en la medida en que cifras de instituciones oficiales como el DANE, no permiten el rastreo de los cambios en las economías familiares con ocasión de la pérdida del casco urbano de Gramalote en el año 2010.

Por su parte, el Índice de Necesidades Básicas Insatisfechas - NBI presentado por el DANE, cuya metodología busca determinar, con ayuda de algunos indicadores, si las necesidades básicas de la población se encuentran cubiertas, muestra los grupos que no alcanzan un umbral mínimo establecido para cada condición, clasificando a dicha población como pobres. Los indicadores simples seleccionados, son: viviendas inadecuadas; viviendas con hacinamiento crítico; viviendas con servicios inadecuados; viviendas con alta dependencia económica; viviendas con niños en edad escolar que no asisten a la escuela.

Tabla 2 Necesidades Básicas Insatisfechas Gramalote 2005 – 2018⁵

Componente NBI	Año								
	Total			Cabecera			Resto		
	2005	2018	% variación	2005	2018	% variación	2005	2018	% variación
Proporción de Personas en NBI (%)	32,90	13,98	- 18,92	20,06	2,41	- 17,65	44,32	18,81	- 25,51
Proporción de Personas en miseria	7,72	2,81	- 4,91	2,28	0,00	- 2,28	12,56	3,98	- 8,58
Componente vivienda	8,62	2,72	- 5,89	0,69	0,06	- 0,63	15,67	3,83	- 11,83
Componente Servicios	2,36	1,12	- 1,25	0,55	0,11	- 0,44	3,97	1,53	- 2,44
Componente Hacinamiento	7,62	6,15	- 1,47	4,95	0,00	- 4,95	10,00	8,72	- 1,28
Componente Inasistencia	3,79	1,45	- 2,34	0,31	1,32	1,01	6,89	1,51	- 5,38
Componente dependencia económica	20,15	5,56	- 14,58	15,84	0,92	- 14,92	23,98	7,50	- 16,48

⁵ Datos tomados de DANE, Censo nacional de población y vivienda, 2005 y 2018.

Los datos de la tabla 2 muestran los cambios correspondientes al periodo 2005-2018, es decir, en escenarios antes y después del desastre natural, y comparando el antiguo con el actual casco urbano construido y habitado aún de manera incompleta.

De acuerdo con el Plan de Reasentamiento, la caracterización social revela que la población gramalotera, incluso antes del desastre, contaba con un elevado número de familias en condiciones de pobreza. De acuerdo con el censo realizado por el DANE en el año 2005, se estimaba que el 33% de la población gramalotera tenía sus necesidades básicas insatisfechas (ver Ilustración 4), cifra por encima del promedio nacional, calculado en 27,7% para ese año.

Los datos comparados en la tabla 2 permiten visualizar la variación negativa de la proporción de personas con NBI del municipio de Gramalote, pasando de un 32,90% en 2005 a 13,98%, arrojando una variación negativa de -18,92%, lo que indica una reducción importante en los componentes de NBI y un mejoramiento significativo de las condiciones de vida de los gramaloteros. En el 2018 el promedio nacional de NBI fue de 14,1%, por lo que hay una correspondencia con el 13,98% calculado para este Municipio.

Se resalta que a 2018, es la zona rural la que continúa con el porcentaje de población más alto de NBI en sus distintos componentes, especialmente en hacinamiento y dependencia económica; en contraste, en la zona urbana se reduce en los distintos componentes, dado esto por la influencia de la construcción del nuevo casco urbano que mejora notablemente las condiciones básicas de vida de sus habitantes.

1.3 Procesos posteriores al año 2010:

Plan de Reasentamiento: es el instrumento rector del Proyecto de reasentamiento del casco urbano y rehabilitación económica del municipio de Gramalote, cuya ejecución está a cargo del Fondo Adaptación, entidad creada para la recuperación, construcción y reconstrucción de las zonas afectadas por el fenómeno de La Niña 2010-2011. No obstante, su

implementación contempla la participación de las entidades nacionales y territoriales que desde su ámbito de competencia y su oferta institucional contribuyen a la recuperación social y económica del municipio.

En la tabla 3 pueden observarse los componentes del Plan de Reasentamiento y los programas que les corresponden. El contrato de Reactivación Económica es uno de los programas que se encuentra en el marco del componente “Desarrollo Económico con enfoque Regional, Integral y Sostenible”.

Tabla 3 Componentes y Programas del Plan de Reasentamiento⁶

Componentes	Programas
1. ACCESO A UN HÁBITAT SOSTENIBLE Y SEGURO	Selección y adquisición de un lugar seguro
	Habilitación del suelo
	Consolidación de la nueva cabecera municipal en Miraflores
	Acceso a una vivienda digna
2. RECONSTRUCCIÓN DEL TEJIDO SOCIAL PARA UNA COMUNIDAD RESILIENTE	Acompañamiento colectivo
	Acompañamiento familiar
3. DESARROLLO ECONÓMICO CON ENFOQUE REGIONAL, INTEGRAL Y SOSTENIBLE	Desarrollo de capacidades
	Rehabilitación económica
	Reactivación económica
4. GOBERNANZA Y FORTALECIMIENTO DEL GOBIERNO LOCAL	Manejo del antiguo casco urbano
	Apoyo al fortalecimiento del Sistema Municipal de Gestión del Riesgo de Gramalote
	Ordenamiento territorial integral del municipio
	Gestión pública municipal eficaz
	Sistema de información municipal
5. PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN DE IMPACTOS A LA POBLACIÓN RECEPTORA	Acciones para la mitigación de impactos a la población receptora
6. MECANISMOS DE COMUNICACIÓN EFECTIVA Y PERMANENTE	Diseño e implementación de un sistema de comunicación e información a la comunidad gramalotera

⁶ Fondo Adaptación. Abril de 2015.

Al momento del desastre Gramalote se caracterizaba por la presencia de un número reducido de organizaciones que lideraban la prestación de servicios sociales, económicos y culturales. Se destacan las comunidades religiosas Bethlemitas y Clarisas, el Banco Agrario, la Empresa Social del Estado - ESE Regional Centro que operaba desde el Hospital San Vicente de Paúl de Gramalote, la Estación y Distrito de la Policía Nacional, la oficina de Centrales Eléctricas de Norte de Santander - CENS, la Federación Nacional de Cafeteros, Cooperativa de transporte de Gramalote - COTRANSMONGUISITA, Empresa de transporte La Belencita del municipio de Salazar - TRANSBELENCITA y Cooperativa de transporte Motilón de alcance regional - COOPMOTILON, la Registraduría Nacional, la Notaría, el Juzgado, un punto de pago Bancolombia, el Servicios Nacional de Aprendizaje - SENA, el Consorcio Red de Educación a Distancia - CREAD de la Universidad Francisco de Paula Santander - UFPS, la Defensa Civil, la Pastoral Social, la Parroquia San Rafael de Gramalote, una sede de los Testigos de Jehová y otra de la Iglesia Pentecostal, entre otras.

Sin embargo, luego del desastre, se amplió tanto la presencia, como la actividad de instituciones dedicadas, en un comienzo, a la atención de la emergencia. De ese modo, la primera entidad en asumir la responsabilidad de la atención a la población fue Colombia Humanitaria, con su operador Paz y Futuro, y luego el Fondo Adaptación, que asumió la responsabilidad de liderar el proyecto de reasentamiento del casco urbano.

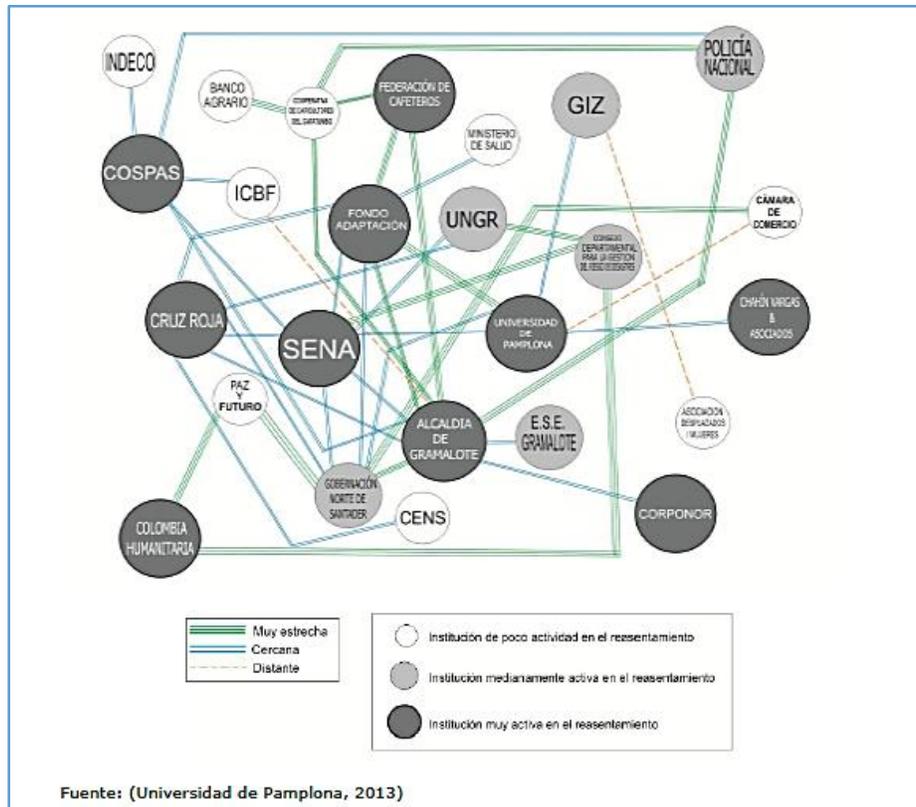
Las entidades antes mencionadas encontraron en las autoridades locales; la Alcaldía del municipio de Gramalote y la Gobernación de Norte de Santander, aliados que guiaron las actividades; siendo estas las más cercanas a la comunidad desde que ocurrió el desastre. Así, si bien la Alcaldía tuvo que prestar sus servicios provisionalmente en Cúcuta, en octubre de 2013 abrió una sede provisional en el municipio, localizada en la vereda Valderrama en el Centro de Servicios Comunitarios, "Andrés Entrena Parra", construido con aportes de la Cruz Roja, la Unidad Nacional de Gestión del Riesgo de Desastres y el Fondo Adaptación.

En el año 2013, los gestores comunitarios de la Universidad de Pamplona, entidad que actuaba como operador social del proyecto de reasentamiento, identificó las instituciones más relevantes para el proceso de reasentamiento que se lleva a cabo en Gramalote. Dicha identificación, que se observa en la siguiente figura, destacó justamente al grupo de instituciones dedicadas a la atención de emergencias y el manejo del riesgo, junto con las autoridades municipal y departamental.

También sobresale una mayor presencia de instituciones que prestó servicios de formación y asistencia técnica, particularmente, el SENA, la Universidad de Pamplona y la Cámara de Comercio de Cúcuta quienes adelantaron iniciativas de formación a 512 gramaloteros, en los niveles técnico, profesional y de posgrado, entre los años 2013 y 2014.

La empresa CENS, también fue otro actor clave, no sólo por su responsabilidad en la prestación de los servicios de energía eléctrica, sino por su contribución a la construcción de infraestructura eléctrica en el nuevo casco urbano.

Figura 3 Presencia Institucional 2010 Gramalote⁷



Desde el punto de vista económico, se destaca el Comité de Cafeteros de Norte de Santander, que ejecutó desde el 2012 hasta el 2015 un proyecto de mejoramiento de la productividad cafetera, financiado por el Fondo Adaptación y que permitió la renovación de 375 hectáreas de cultivo y la dotación con infraestructura productiva a 293 fincas. Cabe destacar que, desde la segunda mitad del año 2014, también ganó relevancia el INCODER, que estructuró proyectos de desarrollo rural con enfoque territorial, que se esperaba que beneficiara alrededor de 250 familias del área rural con el establecimiento de ganadería.

En la siguiente tabla, se relacionan los diferentes operadores que han participado en la ejecución del proceso de Reasentamiento del municipio

⁷ Tomado de Plan de Reasentamiento, elaborado por la Universidad de Pamplona, 2013.

de Gramalote, con distintos proyectos y acompañamiento a la comunidad gramalotera afectada por la pérdida del casco urbano.

Tabla 4 Anteriores operadores - atención al proceso de reasentamiento

ORGANIZACIÓN	FUNCIÓN	TIEMPO (Mes)
Servivienda	Estudio de prefactibilidad, Amenazas del terreno.	abr-12
Universidad Simón Bolívar	Actualización, cierre de Censo socioeconómico e identificación de necesidades.	14-jun-12
AECOM	Estructuración y Pre-traslado	abr-13
Universidad Pamplona	Segunda Fase- Preparación de Traslado.	Marzo 2013 (Inicio Presupuestado)
Universidad de Pamplona	Propuesta proyecto de reasentamiento	24-abr-13
Conservación Internacional	Estructura ecológica del casco urbano Gramalote	jun-13
Universidad Pamplona	Fase 2: Preparación Traslado	jun-13
Universidad de Pamplona	Reasentamiento Plan Vereda Miraflores	sep-13
Universidad de Pamplona	Preparación Traslado	Diciembre Plazo Finalización 2014
Universidad de Pamplona	Infraestructura de Servicios Públicos, Viales y urbanismo	2do Semestre del año 2014
Universidad de Pamplona	Fase 3: acompañamiento al Traslado	Octubre 2014 (Inicio presupuestado)
Universidad de Pamplona	Acompañamiento social y estabilización económica	Mayo 2015 (finalización Presupuestada)
Universidad de Pamplona	Fase 3 acompañamiento traslado	may-15
Fondo Adaptación	Cierre de Proyecto	sep-16
AECOM	Formulación	13 febrero 2016 (Inicio Presupuestado)
AECOM	Convocatoria Informe 611	7-abr-16
AECOM	Evaluación Técnica de Fincas Productivas Informe 5.21	jun-16
AECOM	Informe Plan Administración Plaza Mercado	10-ago-17
AECOM	Informe Cierre de acompañamiento	10-nov-17
AECOM	Informe Venta Establecimientos comerciales (I, II, III)	10-jul-18 7-dic-18 7-dic-18

1.4 La nueva normatividad y las condiciones institucionales

En este apartado del documento se presenta el recorrido y enlace entre los planes de desarrollo, tanto a nivel nacional como regional y local, desde los componentes relacionados con productividad.

El municipio de Gramalote, Norte de Santander, mediante el Plan de Desarrollo Municipal 2020-2023 le ha apostado a la reactivación económica a través de diferentes programas que apuntan al fortalecimiento, acompañamiento y mejoramiento de los sectores productivos, enfocados principalmente en la producción agropecuaria. Igualmente, a pesar de las dificultades económicas que ha traído la emergencia económica, social y ambiental por la Covid - 19, desde la administración municipal ha pensado que entre las diferentes alternativas para la reactivación económica se plantea un programa turístico para poner en marcha tan pronto el Gobierno Nacional apruebe el ejercicio de esta actividad, que está incluso identificado en el Plan de Desarrollo Departamental de Norte de Santander (programa Ecoturístico).

Tabla 5 Programas con enfoque económico en el Plan de Desarrollo Municipal de Gramalote 2020-2023⁸

Programa	Acciones
Programa fortalecimiento de la producción	Gestión institucional para el saneamiento de títulos de propiedad.
	Fortalecimiento de los diferentes sectores de producción agropecuaria del municipio.
	Formular e implementar el programa agropecuario municipal PAM.
	Mejoramiento, adecuación y ampliación minidistritos de riego.
	Apoyo procesos de comercialización producto agropecuario.

⁸ Plan de Desarrollo Municipal de Gramalote, Norte de Santander 2020-2023 "Entre Todos Podemos Fortalecer Nuestro Municipio".

Programa	Acciones
Programa mejoramiento de la comercialización	Formulación de proyecto construcción de planta de beneficio animal de auto consumo.
Programa desarrollo turístico, comercial y micro industrial	Elaboración de un Plan Turístico con enfoque ecológico.
	Fomento a la prestación de servicios turísticos a través de alianzas estratégicas y el establecimiento de incentivos.
	Mejoramiento y creación de senderos ecoturísticos rurales aumentando la oferta de equipamiento para el desarrollo de actividades físicas y recreativas que disminuyen los factores de riesgo que aumenta las probabilidades de padecer enfermedades circulatorias, fortaleciendo la implementación de la estrategia CERS.
	Fomento a la reactivación económica.
Programa el campo más cerca	Mantenimiento, mejoramiento y adecuación vías terciarias existentes.
	Construcción y mantenimiento de puentes y hamacas.
	Mantenimiento y mejoramiento de caminos veredales.

En la tabla anterior se pueden observar varios programas y acciones que tienen una correspondencia con el proceso de reactivación económica que adelanta el Fondo Adaptación. Estas propuestas, impactan directamente distintas condiciones y necesidades, que han sido identificadas mediante información primaria, recolectada por la Fundación Socya con el acompañamiento de la interventoría Corporación Colombia Internacional – CCI, en el mes de mayo y julio del año 2020. En el siguiente capítulo se profundiza en estas condiciones.

En la tabla 6, se describen acciones tales como: el apoyo a proceso de comercialización, la construcción de una planta de beneficio animal (planteada a nivel de autoconsumo), el Plan Turístico municipal y el fomento a la prestación de servicios turísticos; así como el fomento a la reactivación económica y el mejoramiento de vías terciarias y caminos veredales, se identifican como políticas públicas que se deben adelantar para que se procure una reactivación económica integral. Como se explicó anteriormente, son distintos actores los que intervienen en el proceso de reasentamiento de Gramalote, siendo las instituciones nacionales, regionales y locales, las directamente implicadas desde la institucionalidad.

A nivel departamental han pensado en programas para lograr la reactivación económica, los cuales están orientados a implementarse en los diferentes municipios del Norte de Santander. Así, se tienen programas enfocados a distintas actividades económicas por medio del apoyo a emprendedores y fortalecimiento económico y empresarial, en los cuales se enfocan las distintas estrategias o planes de acción de las diferentes organizaciones comunitarias y productivas, especialmente la Organización de Desarrollo Económico - ODE, que es uno de los componentes a desarrollar en el actual convenio entre el Fondo Adaptación y la Fundación Socya.

Tabla 6 Programas con enfoque económico del Plan de Desarrollo Departamental para Norte de Santander 2020-2023⁹

Programa	Subprograma
Mujer Urbana y rural emprendedora y productiva	Conformación y consolidación de organizaciones de mujeres
	Proyectos productivos a mujeres
	Líneas de crédito para la implementación de unidades productivas
	Capacitación para el trabajo

⁹ Plan de Desarrollo Norte de Santander 2020-2023 "Más oportunidades Para Todos".

Programa	Subprograma
	Apoyo integral a mujeres urbanas y rurales
	Acompañamiento y apoyo en exposición empresarial
Productividad turística regional	Más y Mejor infraestructura para el turismo
	Fortalecimiento del Capital Humano para el turismo
Fortalecimiento y desarrollo de actividades para promover el emprendimiento y generación de empleo en Norte de Santander	Asesoramiento y acompañamiento a emprendedores
	Impulso a emprendimientos con la participación del sector público, privado y academia
Fortalecimiento y financiamiento para la creación de emprendimientos	Fondo departamental para el acceso a crédito para emprendedores
	Desarrollo y promoción de actividades para el emprendimiento
	Alianzas público-privadas para el emprendimiento
Apoyo y fortalecimiento para desarrollo productivo y competitivo del sector empresarial	Diversificación de productos de mercado y actividad productiva
	Iniciativas Clúster
	Fortalecimiento a microempresarios
Acceso al crédito y promoción de inversión para el desarrollo empresarial	Apoyo financiero para el fortalecimiento del sector empresarial
	Promoción y posicionamiento de los sectores productivos de Norte de Santander
	Promoción y fortalecimiento de la Agencia de Inversión de Norte de Santander
Fortalecimiento del tejido empresarial e industrial del departamento	Fortalecimiento de la base empresarial e industrial de Norte de Santander
	Apoyo y fortalecimiento a las empresas industriales del régimen franco

Programa	Subprograma
	Apoyo a la implementación de la agenda departamental de competitividad e innovación
Internacionalización, Ruta del Desarrollo Económico	Crecimiento y desarrollo regional sostenible
	Internacionalización como fuente de desarrollo
	Centros de investigación y/o desarrollo tecnológico
Empleo digno y decente para la productividad	Empleo decente

A nivel nacional, en la tabla 7, se relacionan los denominados “pactos”, que tienen que ver con el componente de emprendimiento y productividad que se relacionan con la región. De acuerdo con estos pactos, se tienen subprogramas y estrategias a desarrollar que apuntan a establecer un entorno favorable para crear y consolidar empresas, movilizandolos recursos para desarrollar nuevos productos y procesos. Este entorno reducirá la informalidad, aumentando la inversión en tecnologías productivas y la demanda de trabajadores calificados.

Estos programas muestran el marco general que direcciona la política pública nacional y las estrategias en las que se hace énfasis durante el cuatrienio del actual Gobierno Nacional. Igualmente, son claves o directrices que marcan las líneas en las que se invertirán los recursos públicos de la Nación, y que son de importancia para las distintas alianzas que se formen y fomenten a partir de las distintas iniciativas que surjan durante el proceso de reactivación económica del municipio en el corto y mediano plazo, que fomenten los distintos actores y agentes del territorio.

Tabla 7 Apoyo al emprendimiento y la mejora de la productividad desde el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022¹⁰

Programa	Subprograma	Estrategia
<p>Pacto por el emprendimiento</p>	<p>Entorno para crecer: formalización, emprendimiento y dinamización empresarial</p>	<p>Acompañaremos emprendimientos con potencial de crecimiento para aumentar su probabilidad de éxito.</p>
		<p>Diseñaremos e implementaremos una política nacional de emprendimiento para ampliar y facilitar el acceso a los servicios para emprendedores.</p>
		<p>Activaremos la Ventanilla Única Empresarial para que los empresarios puedan obtener su RUT, Registro Mercantil y registrarse a la Seguridad Social sin salir de su oficina.</p>
		<p>Expediremos una reforma a la tarifa de registro mercantil que disminuya el costo de formalizarse para las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes).</p>
	<p>Abarataremos y mejoraremos el acceso de las pequeñas empresas al microcrédito y fortaleceremos instrumentos de financiamiento de operación empresarial.</p>	
<p>Transformación empresarial: desarrollo productivo, innovación y adopción tecnológica para la productividad</p>	<p>Implementaremos el programa Fábricas de Productividad y el de manufactura avanzada para que las empresas adopten tecnologías probadas y aumenten su productividad.</p>	

¹⁰ Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 "Pacto por Colombia, pacto por la equidad".

Programa	Subprograma	Estrategia
		Articularemos los programas de fortalecimiento empresarial para que los empresarios accedan a una oferta que corresponda con sus necesidades.
		Promoveremos los laboratorios de pruebas y los estándares de calidad para que los empresarios puedan certificar sus productos y vender en cadenas globales de valor.
		Fortaleceremos el mercado de capitales promoviendo su acceso a un mayor número de inversionistas.
		Aseguraremos que los plazos de los créditos que fomenten la inversión empresarial tengan en cuenta los plazos de los procesos productivos.
		Realizaremos un censo económico por primera vez en dos décadas, para conocer toda la actividad empresarial en Colombia y diseñar programas de apoyo empresarial más precisos.
		Fortaleceremos las capacidades de los Centros de Desarrollo Tecnológico para que realicen investigaciones e innovaciones junto con las empresas.
	Un mundo de posibilidades: aprovechamiento de mercados internacionales y atracción de inversiones productivas	Realizaremos una estrategia vigorosa de diplomacia comercial y sanitaria, que logre el acceso de nuestros productos a los mercados más exigentes.
		Identificaremos productos, servicios, destinos y empresas con alto potencial exportador para eliminar las barreras al comercio que enfrenten.

Programa	Subprograma	Estrategia
		<p>Modernizaremos las operaciones de comercio exterior con la sistematización de procesos aduaneros.</p> <p>Aumentaremos las funcionalidades de la Ventanilla Única de Comercio Exterior para que sus usuarios realicen con mayor rapidez sus trámites.</p> <p>Incentivaremos la inversión extranjera dirigida a lograr mayor eficiencia productiva en las empresas y el desarrollo de megaproyectos de inversión de alto impacto.</p>
	<p>Estado simple: menos trámites, regulación clara y más competencia</p>	<p>Revisaremos el enorme número de normas y trámites actuales para determinar qué tan efectivos son y cuáles podemos eliminar o simplificar</p> <p>Estableceremos el uso del Análisis de Impacto Normativo para asegurar que cada norma que se emita tenga un estudio de costos y beneficios.</p> <p>Pondremos en marcha el Sistema Único de Consulta Pública para que cualquier ciudadano y empresario pueda participar y comentar en los proyectos de norma.</p> <p>Desarrollaremos los medios digitales y ventanillas únicas, como la empresarial (VUE), para agilizar la realización de trámites a los ciudadanos y empresas.</p> <p>Adelantaremos una reforma al marco de protección y promoción de la competencia.</p>

Programa	Subprograma	Estrategia
	<p>Campo con progreso: una alianza para dinamizar el desarrollo y la productividad de la Colombia rural</p>	<p>Destinaremos al menos el 50 % de la inversión del sector agricultura hacia la provisión de bienes y servicios públicos.</p> <p>Crearemos las condiciones para que la tenencia de la tierra y la planificación de la producción agropecuaria promuevan el progreso en el campo.</p> <p>Promoveremos el establecimiento de clústeres que integren a pequeños y medianos productores en zonas aptas para su desarrollo.</p> <p>Fortaleceremos a los productores para que sus productos logren estándares de sanidad, inocuidad, y calidad bajo el enfoque de la granja a la mesa.</p> <p>Promoveremos la inclusión financiera de los productores agropecuarios mediante instrumentos de crédito de fácil acceso para el productor.</p> <p>Implementaremos el modelo de agricultura por contrato, para que los pequeños productores puedan sembrar, asegurar la venta de sus productos y acceder a financiamiento a costos razonables.</p>
	<p>Turismo: el propósito que nos une</p>	<p>Modernizaremos el marco regulatorio para que el turismo se adapte a los nuevos contextos y realidades del sector y las regiones.</p> <p>Incentivaremos los proyectos turísticos especiales de gran escala, en sitios de alta importancia estratégica para el desarrollo o mejoramiento del potencial turístico del país.</p>

Programa	Subprograma	Estrategia
		<p>Desarrollaremos productos turísticos diferenciados y de alto gasto, como el turismo de naturaleza, turismo cultural, turismo de reuniones, turismo de salud y bienestar.</p> <p>Atraeremos inversión para infraestructura turística sostenible de talla mundial.</p> <p>Simplificaremos los trámites para la inscripción y actualización del Registro Nacional de Turismo (RNT).</p> <p>Fortaleceremos las cualificaciones a nivel educativo, formativo y las competencias laborales relacionadas con las actividades u oficios del turismo.</p> <p>Actualizaremos la regulación para el ejercicio de los guías turísticos.</p>
<p>Pactos por la productividad y la equidad en las regiones</p>	<p>Santanderes: Eje logístico, competitivo y sostenible de Colombia</p>	<p>Fomentaremos la diversificación, internacionalización y formalidad de la economía.</p> <p>Consolidaremos la vocación turística y cultural de la región.</p> <p>Consolidaremos la red fluvial, y mejoraremos el transporte aéreo.</p> <p>Ampliaremos y adecuaremos las vías de la región.</p> <p>Protegeremos los páramos de Santurbán-Berlín, Almorzadero, Guantiva-La Rusia e Iguaque-Merchán, Los Bosques, los humedales y demás ecosistemas estratégicos como el PNN Catatumbo-Barí.</p> <p>Desarrollaremos alternativas productivas sostenibles, así como los incentivos para la conservación ambiental.</p>

Programa	Subprograma	Estrategia
		<p>Implementaremos medidas de reducción del riesgo de desastres frente al cambio climático.</p> <p>Atenderemos las dinámicas sociales derivadas de la crisis migratoria y las problemáticas fronterizas de la región.</p> <p>Desarrollaremos y fomentaremos la infraestructura y los programas requeridos para la conmemoración del bicentenario de la independencia.</p>

1.5 Aprendizajes y aspectos relevantes para el actual proceso de reactivación económica

En este ítem se dan a conocer los resultados de los operadores anteriores a la Fundación Socya en cuanto a temas productivos, rehabilitación y reactivación económica; estos son importantes en la medida en que proporcionan una hoja de ruta sobre los esfuerzos que se han realizado en el trabajo con la comunidad gramalotera, relacionados a Ideas de Negocios y/o Proyectos Productivos.

Se resumen a continuación los resultados de la intervención de la Universidad de Pamplona (marzo 2013-mayo 2015) y de AECOM (febrero 2016 - diciembre 2018) en el municipio, tanto para zona rural como urbana:

- Existe una importante vocación agrícola y agropecuaria visible en la dinámica productiva y comercial de la población rural.
- Del antiguo casco urbano el sector La Lomita, se mantiene como único espacio que se conserva en pie y cumple la función de centro de acopio y mercado local. Cabe resaltar que este sector se encuentra en zona de alto riesgo y su traslado provoca una gran resistencia, pues para algunos pobladores constituye un arraigo, identidad y la tradición de la dinámica económica que traían del antiguo casco urbano.

- Los moradores rurales tienen conocimiento acerca de Buenas Prácticas Agrícolas BPA y suelen ejercerlas en sus predios productivos y sostenibles. Con el objetivo de mantener la dinámica urbano – rural, es necesario ampliar este tipo de prácticas a través del incentivos, orientación y financiación, pues obran en beneficio de la comunidad en general y son fuente de recursos y dinamizan la economía en el nuevo casco urbano.
- El tejido social de la población damnificada del casco urbano según operadores anteriores se encuentra resquebrajado por el desánimo que causa el desarraigo y la falta de unificación en el discurso de las instituciones que los atienden, este rompimiento se ha mantenido a la fecha y suele ir en contra del interés asociativo de los emprendimientos.
- En análisis anteriores se evidenció que la desinformación causa confusión y desconfianza en los habitantes con un alto nivel de vulnerabilidad; por tanto, es necesario articular los programas y proyectos que llegan a esta población, así como, un acompañamiento constante, si es posible, a través de coterráneos con capacitación profesional y técnica para la atención comunitaria.
- La población con la que se trabajó tiene un alto nivel de resiliencia, sus prácticas productivas diversas son el resultado de las opciones que tuvieron a la mano después de perder, tanto la infraestructura como los insumos de las actividades que realizaban antes del desastre en el 2010.
- Se puede inferir que, de los emprendimientos ejecutados por los anteriores operadores, no existe un único modelo de negocio inclusivo. Por lo que se deben ajustar las herramientas de operatividad a sus necesidades específicas.

Fundación Socya a partir de los documentos revisados de los productos de los anteriores operadores considera satisfactorio ratificar que el posicionamiento de las mujeres en las actividades productivas del municipio de Gramalote se encuentra en un alto nivel, pues la mayor cantidad de ideas de negocios fueron presentadas por ellas, en relación a las presentadas por hombres, en parte como una respuesta antropológica

a buscar la estabilización de sus economías familiares pero, principalmente, porque la tradición de las mujeres gramaloterías ha sido ganada a pulso con trabajo en las labores del campo, el comercio y la elaboración de alimentos.

La población gramalotera se enfrenta a una realidad en la que las condiciones de vulnerabilidad afectan su cotidianidad, tanto en la estabilización de sus economías familiares, como en la reconstrucción física y social de su municipio.

Mediante algunos procesos informativos, no siempre se alcanza el objetivo que todos los receptores comprendan su contenido y esto limita la puesta en marcha de proyectos, por la dificultad de lograr concertar entre los pobladores, ponerse de acuerdo como comunidad o proyecto productivo; situación en la que es importante el apoyo y la orientación de los profesionales desde la experiencia en el trabajo con comunidades vulnerables.

Por las lecciones aprendidas de los anteriores operadores se puede determinar que existen retos tanto para la comunidad, como para los profesionales que la atienden y pretenden mitigar el impacto del desastre natural y del tiempo que pasó mientras se reconstruía el municipio; siempre resaltando que el objetivo en común es el éxito del proceso de reasentamiento, el cual es viable en la medida que se incentive a la comunidad vulnerable a habitar este nuevo espacio, a trabajar para fortalecer su economía municipal y a participar en los procesos y espacios que se generan para este fin.

No se puede concebir el reasentamiento urbano de otra manera, ni las actividades de acompañamiento social, lejanas de motivar a la población a hacer parte del reasentamiento, reconociendo el libre derecho de querer o no, habitar el nuevo casco urbano, pero sí, acentuando y teniendo claridad de que se está reconstruyendo un territorio desde sus cimientos básicos, que tiene a su favor el arraigo de una población pujante y trabajadora.

La Universidad de Pamplona y AECOM consideraron necesario ampliar el apoyo a las unidades productivas que existían en el municipio de Gramalote, pues a medida que se fue generando confianza en el proceso, se identificaron más unidades productivas con potencial importante en las líneas de producción identificadas. Dicha población adquirió conocimientos tecnificados para generar una mejora continua en sus actividades, tanto a nivel familiar como productivo. Por otra parte, estos operadores resaltaron que algunos de los emprendimientos identificados y apoyados requerían avanzar en la especialización y formalización de sus unidades productivas, evidenciando la necesidad de gestionar recursos para la consecución de registros INVIMA a nivel de las líneas agroindustrial, productos y servicios, alimentos, manualidades y artesanías.

Esto significaría potencializar unidades que pueden aportar al crecimiento económico del municipio y por supuesto, el reasentamiento del nuevo casco urbano, tanto para el fortalecimiento de economías familiares, como para la generación de trabajo en el fortalecimiento de la economía municipal; por lo que las acciones del proceso de acompañamiento técnico deben ir encaminadas al impacto subregional, como directriz que puede reactivar el desarrollo local.

2 CONDICIONES PRODUCTIVAS Y DE CONECTIVIDAD ACTUALES DE GRAMALOTE

2.1 Metodología de análisis

2.1.1 Acerca de la información económica urbana

Este documento muestra los resultados obtenidos del levantamiento de información primaria denominada *Encuesta de economía urbana y Encuesta de economía rural*, donde se aplicaron un total de 129 encuestas a negocios urbanos, en cada uno de los siete sectores identificados¹¹ en la zona urbana, que agrupa 16 barrios del municipio: Calle Real, Centro, San José, San Juan, San Vicente, Santa Clara, Santanita, Santa Rosa, Monguí, Nueva Granada, La Lomita, Gregorio Montes, Barrios Unidos, Daniel Jordán, Laureano Gómez y Casa Verde. Los sectores urbanos identificados, con sus correspondientes barrios, son:

- Sector Calle Real Centro (zona central del casco urbano)
- Sector Santa Rosa la Grande (barrios Santa Rosa, Gregorio Montes, San Juan)
- Sector Santanita (barrio Santanita)
- Sector Los Santos (barrios San José, San Vicente, Santa Clara, Monguí)
- Sector Nueva Granada y La Lomita (barrios con el mismo nombre)
- Sector Barrios Unidos (barrio con el mismo nombre)
- Sector Casa Verde (barrios Casa Verde, Laureano Gómez y Jordán)

La información relacionada muestra de manera gráfica y descriptiva los datos obtenidos a través de un cuestionario tipo encuesta, que busca conocer la realidad de las actividades productivas o negocios, tanto de comercio, servicios, o transformación, entre otros; con un total de 50 preguntas con diferente opción: selección múltiple con única respuesta y múltiple respuesta; diseñado específicamente para el levantamiento de

¹¹ Esta identificación corresponde a los grupos de barrios definidos por la población o líderes que acompañaron el proceso de levantamiento de las encuestas en el casco urbano. En algunos casos un sector comprende varios barrios, pero se identificó su pertenencia a un sector que los agrupaba.

información de la economía urbana. La información levantada se divide en seis (6) bloques o segmentos:

- A. Información personal y del grupo familiar.
- B. Actividad productiva.
- C. Generación de empleo.
- D. Proveedores y clientes.
- E. Interacción con la plaza de mercado.
- F. Proyección del negocio.

Cada uno de ellos contiene varias preguntas sobre un tema concreto, pero siempre relacionado con la actividad económica dentro del casco urbano del municipio de Gramalote, que es de gran utilidad para realizar un análisis de condiciones y necesidades del mercado urbano. También permite un análisis espacial acerca de condiciones de oferta y demanda, condiciones de conectividad y relación comercial con su entorno entre otros aspectos, como el intercambio comercial en la misma zona urbana. Además, permitió indagar que tipos de negocios se encuentran activos actualmente y prestando sus servicios, por tipo de actividad productiva.

Cabe desatacar que, dentro de las visitas realizadas, un promedio del 8% de los negocios visitados y/o encuestados no se encuentran activos o abiertos al momento de la visita, por lo que solo se tienen algunos datos básicos suministrados o referenciados por vecinos del sector como: dirección, nombre del propietario y tipo de negocio. En este sentido se encontrarán algunas figuras que relaciona la palabra SD (sin datos) que hace referencia a los establecimientos comerciales descritos anteriormente. Según información suministrada por algunos habitantes de los distintos sectores, los propietarios o dueños de estos negocios por motivos de la emergencia por la Covid - 19 se trasladaron hacia otros municipios, razón por la cual no se encuentran abiertos.

Toda la información estadística relacionada en adelante es fuente primaria recolectada y sistematizada por la Fundación Socya. Excepto la que se indique de otras fuentes, como la Alcaldía de Gramalote.

2.1.2 Acerca de la información económica rural

La metodología para conocer la dinámica económica rural se estructuró a partir de visitas por núcleos veredales y levantamiento de una (1) encuesta por cada vereda, con la representación de líderes y personas conocedoras de su entorno y de las condiciones de producción. Esta información se levantó para 26 veredas: 24 veredas que componen la zona rural de Gramalote y se incluyeron 2 veredas del municipio de Santiago (Páramo y Los Naranjos), con el ánimo de conocer la relación económica que estos tienen con el nuevo casco urbano de Gramalote, dada su cercanía geográfica¹².

La encuesta de economía rural está estructurada en los siguientes bloques o segmentos:

- A. Generalidades de la vereda y estructura organizativa Actividades productivas y comerciales en la vereda
- B. Actividades productivas y comerciales en la vereda
- C. Comercialización
- D. Interacción con la plaza de mercado Condiciones de conectividad
- E. Condiciones de conectividad
- F. Insumos y bienes de consumo
- G. Identificación de proyectos productivos e ideas de negocios

Con esta información se buscó conocer las generalidades de las veredas en cuanto a temas económicos, más allá de la especificidad de los negocios de comercio establecidos, dado que el objetivo primordial del Proyecto se centra sobre el casco urbano. De este modo, se indagó sobre dichas condiciones económicas generales, de conectividad, comercio y posibles líneas estratégicas de negocios que se puedan implementar para

¹² La relación económica de Gramalote con dichas veredas de Santiago fue expresada por distintos pobladores, incluso por el actual Personero municipal, quien sugirió que se conociera y documentara dicha relación. Es claro que este levantamiento de información no vincula a dichas veredas con el Proyecto como beneficiarios de este, sino que se realizó solo con el ánimo de visibilizar la influencia económica de Gramalote.

articular la relación urbano – rural que se busca con el presente convenio. De antemano se destaca la diversidad que muestra el campo gramalotero en cuanto a su economía y las amplias posibilidades de apalancar una economía urbana que está resurgiendo, y que tiene como base histórica y estructura la economía agraria.

El siguiente cuadro propone una metodología de análisis para operativizar las distintas variables utilizadas en los cuestionarios de economía rural y urbana, y así procurar un análisis organizado por unidades.

Tabla 8 Esquema de análisis económico urbano - rural

Esquema metodológico para el análisis de las relaciones económicas urbano – rurales del municipio de Gramalote			
N.	Unidades de análisis	Dimensión Urbana	Dimensión Rural
1	Información socioeconómica	A. Información personal y del grupo familiar C. Generación de empleo	A. Generalidades de la vereda y estructura organizativa.
2	Actividad Productiva	B. Actividad productiva	B. Actividades productivas y comerciales en la vereda.
3	Comercialización y condiciones de conectividad	D. Proveedores y clientes	C. Comercialización E. Condiciones de conectividad F. Insumos y bienes de consumo
4	Relación urbano - rural con la Plaza de Mercado	E. Interacción con la plaza de mercado	D. Interacción con la plaza de mercado
5	Proyección de negocio	F. Proyección del negocio	G. Identificación de proyectos productivos e ideas de negocios

2.2 Unidad de análisis y listado de preguntas relacionadas de las encuestas de economía urbana y rural

A continuación, se enumeran las preguntas que se tomaron de las distintas encuestas según cada unidad de análisis identificada. Entre paréntesis aparece el número de cada pregunta en su formulario o encuesta correspondiente y nuevamente su división temática entre las dimensiones urbana y rural. Cabe aclarar, que este orden se propuso con el fin de tener en cuenta las relaciones urbano - rurales que se tejen entre las distintas zonas del municipio.

Información socioeconómica

Dimensión Urbana

1. Número de integrantes del hogar. P (7).
2. Propietario de la Vivienda de la Actividad Productiva en el Municipio. P (12).
3. Propietarios de las actividades comerciales en el municipio. P (8).
4. Tiene registro mercantil de su negocio. P (15).
5. Tipo de empleos generados en los negocios actuales. P (30).
6. Cantidad de trabajadores en cada actividad productiva. P (29).
7. Pertenecen a alguna organización, asociación o agremiación productiva, social o comunitaria. P (13).

Dimensión Rural

1. Tipo de organizaciones presentes en la vereda. P (4).
2. Otro tipo de organización. P (5).
3. Nombre de las organizaciones de la vereda. P (6).

Actividad Productiva

Dimensión Urbana

1. Actividad económica por sector económico y barrial. P (17).
2. Actividades comerciales en el municipio. P (18).
3. Días de atención al público de los establecimientos comerciales. P (26).
4. Ingresos mensuales promedio por ventas. P (22).

Dimensión Rural

1. Tipo de actividades productivas que se realizan en las veredas. P (7).
2. Porcentaje de los días de mayor dinámica comercial en las veredas (Comercialización). P (25).
3. Principales productos agropecuarios que se producen en la vereda y que se comercializan.
4. Productos representativos de la zona rural. P (8).
5. Principales actividades pecuarias que se producen en la vereda y que se comercializan. P (10).
6. Productos derivados o transformados producidos en la vereda para comercializar. P (13).
7. Existen actividades de comercio, servicios o transporte en la vereda. P (14).
8. Qué tipo de actividades de comercio, servicios o transporte hay presentes en la vereda. P (14).
9. Existen sitios turísticos o potencialmente turísticos en la vereda. P (16).

Comercialización y condiciones de conectividad

Dimensión Urbana

1. De dónde obtiene los productos o artículos para el negocio. P (31).
2. Frecuencia de abastecimiento de los negocios en el municipio. P (33).
3. Medio de transporte para el abastecimiento. P (34).
4. Estrategias de comercialización que utiliza para ofrecer su producto o servicio. P (37).
5. Procedencia de los clientes. P (53).

Dimensión Rural

1. Insumos y servicios para actividades productivas por cantidad de veredas que los requieren (Plaza de Mercado). P (48).
2. Cada cuánto visitan los habitantes de la vereda el nuevo casco urbano de Gramalote. P (37).
3. Dónde se comercializa la producción obtenida en la vereda. P (21).

4. En cuáles negocios o lugares del nuevo casco urbano de Gramalote realizan la venta de sus productos. P (23).
5. Vías utilizadas para llegar al nuevo casco urbano. P (39).
6. En qué condiciones se encuentra las vías o caminos que usan para la conectividad con el casco urbano. P (41).
7. Medios de transporte más usados para llevar los productos y visitar el casco urbano. P (44).
8. Cuentan con ruta de transporte o línea desde la vereda hasta el casco urbano y viceversa. P (42).

Relación urbano - rural con la Plaza de Mercado

Dimensión Urbana

1. Vende o provee algún producto o servicio a los comerciantes de la plaza de mercado. P (45).
2. Compra productos para su negocio en la plaza de mercado. P (38).
3. Frecuencia de compra de productos para su negocio en la plaza de mercado. P (39).
4. Qué servicios alternativos le gustaría encontrar en la plaza de mercado. P (41).

Dimensión Rural

1. Con qué frecuencia visitan la plaza de mercado. P (29).
2. De lo producido dentro de la vereda, ¿venden algún producto a la plaza de mercado. P (26).
3. Los habitantes de la vereda compran o adquieren algún tipo de producto en la plaza de mercado. P (31).
4. Qué tipo de productos de la vereda venden o comercializan en la plaza de mercado. P (27).
5. Que productos y/o servicios adicionales le gustaría encontrar en la plaza de mercado. P (34).

Proyección de Negocio

Dimensión Urbana

1. Vende o provee algún producto o servicio a los comerciantes de la plaza de mercado. P (45).

2. Compra productos para su negocio en la plaza de mercado. P (38).
3. Frecuencia de compra de productos para su negocio en la plaza de mercado. P (39).

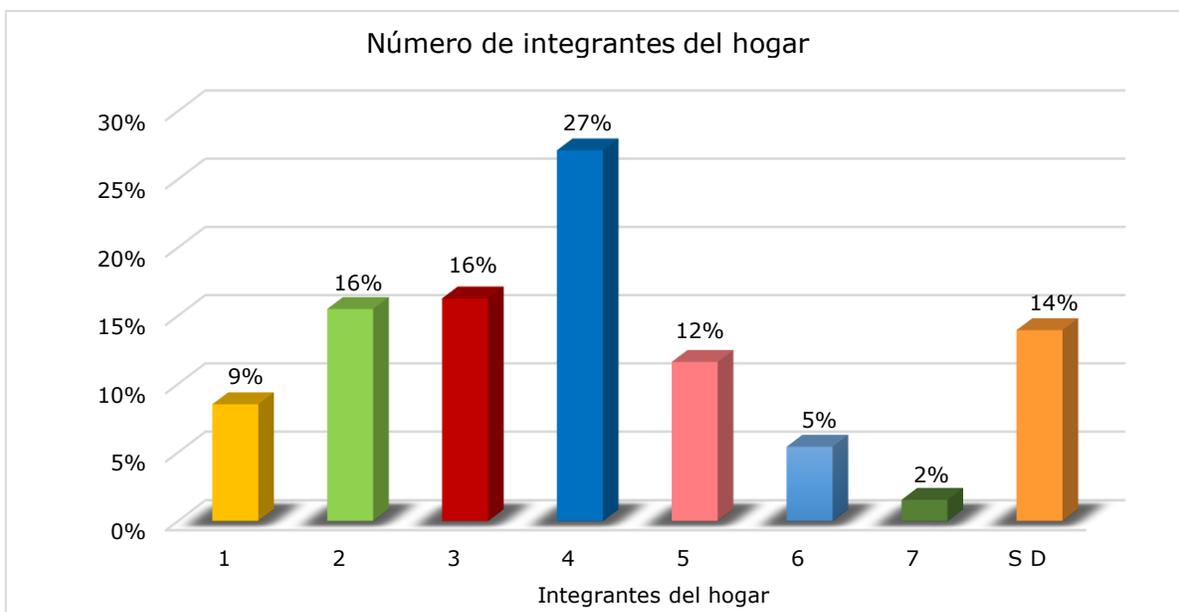
Dimensión Rural

1. Vende o provee algún producto o servicio a los comerciantes de la plaza de mercado. P (45).
2. Compra productos para su negocio en la plaza de mercado. P (38).

2.3 Información socioeconómica

2.3.1 Dimensión Urbana

Figura 4 Número de integrantes del hogar

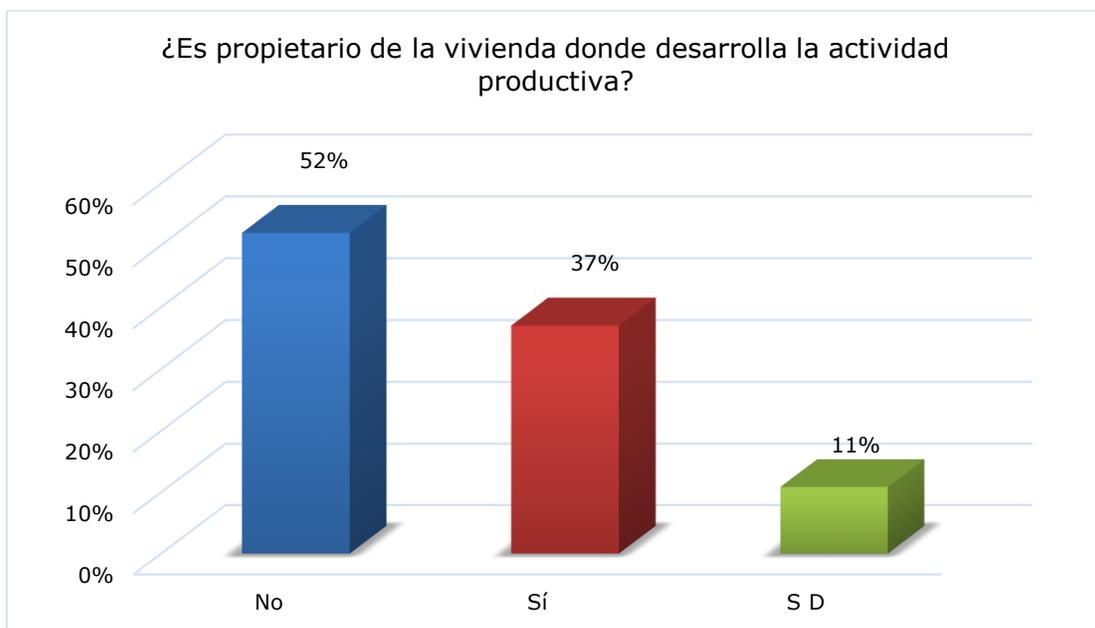


Dentro de las observaciones que se generan a través de la encuesta realizada, se evidencia que la composición de los hogares que integran las familias que desarrollan actividades comerciales en el área urbana del municipio de Gramalote es variada, y que su conformación va desde núcleos unipersonales hasta grupos de familias conformados por siete (7) integrantes. En el grafico anterior se puede observar que la composición familiar predominante es de cuatro (4) personas por hogar, que

corresponde a un 27%; seguida de la composición dos (2) y tres (3) integrantes representadas cada una de ellas con un 16%.

Es de resaltar que los hogares cuya composición es de cinco (5), seis (6) y siete (7) integrantes por hogar, aunque no son representativos, cumplen un rol importante dentro de las actividades comerciales sumando un 19% de la muestra.

Figura 5 Propiedad de la vivienda donde desarrolla la actividad productiva



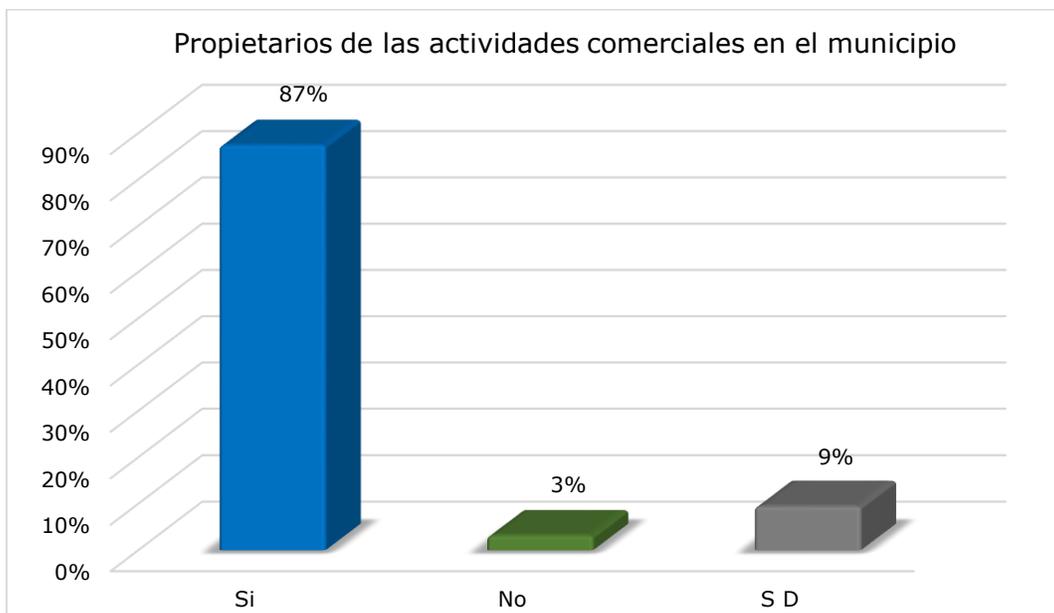
Dentro de los ítems consultados, encontramos la titularidad y el dominio del bien inmueble en el que se desarrolla cada actividad económica y se evidenció que el desarrollo de actividades comerciales en vivienda no propia corresponde a un 52%, porcentaje que concentra el grupo de aquellas familias que a pesar de haber recibido su vivienda no han retornado y como alternativa de ingreso han optado tener una renta por el alquiler de su vivienda, ya que se han establecido en otros lugares por fuera del casco urbano de Gramalote; tanto en el área rural o en otros municipios.

Quien arrienda, la vivienda la tiene como alternativa de ingreso, para ayudarse con los costos de su canasta familiar, iniciar una actividad

comercial en la casa donde vive como arrendatario. También es posible que las casas de su propiedad no tengan área suficiente para desarrollar su negocio y, por esta razón, arriendan otra casa con este fin.

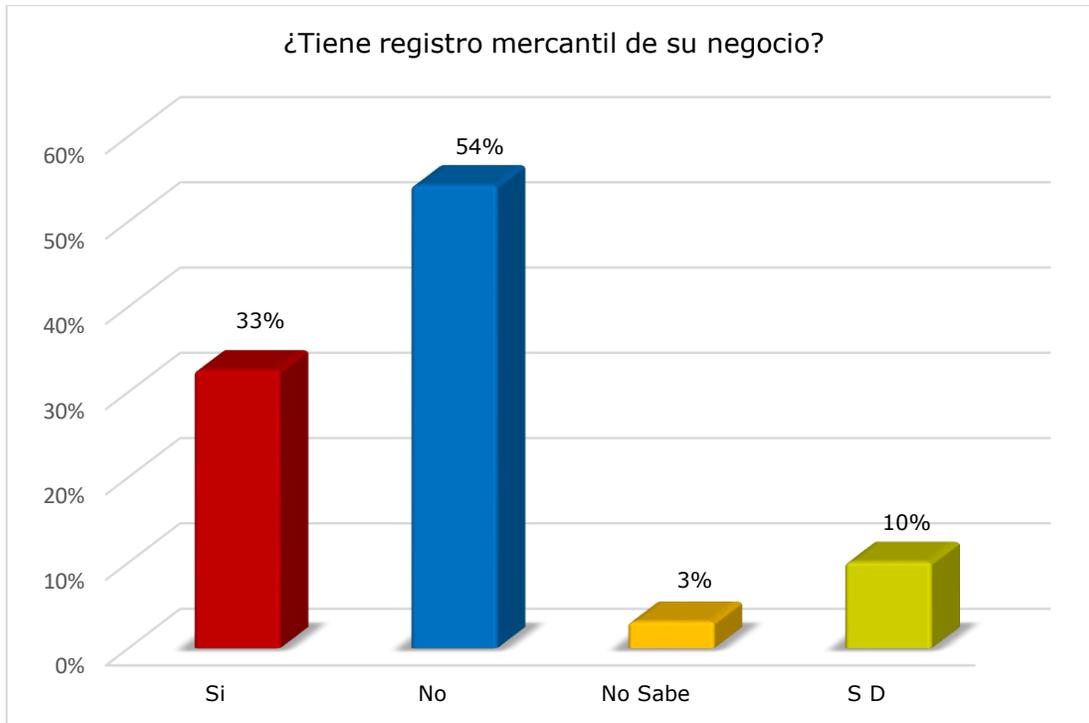
Se debe considerar o tener en cuenta que este porcentaje de negocios en arriendo puede implicar, cierta inestabilidad en la permanencia del actual comercio y de los posibles proyectos a establecer dentro de la reactivación económica, ya que para ello se requiere un tiempo reglamentario en cuanto a los contratos de arrendamiento para la presentación, aprobación y posterior ejecución de los planes de negocios. Por el contrario, el 37% de los negocios que funcionan actualmente dentro del casco urbano, son desarrollados por los propietarios de la vivienda.

Figura 6 Propietarios de las actividades comerciales en el municipio



En este gráfico de la figura 6, se observa que el 87% de la población encuestada es propietaria o posee titularidad de la actividad comercial que desarrolla actualmente; quedando claro que estas son actividades a pequeña y media escala y se encuentran en la consolidación de su negocio, generando un empleo directo o permanente, siendo el del mismo propietario. Un pequeño porcentaje del 3% no es propietario del negocio, sino contratados para realizar atención o administración de estos negocios.

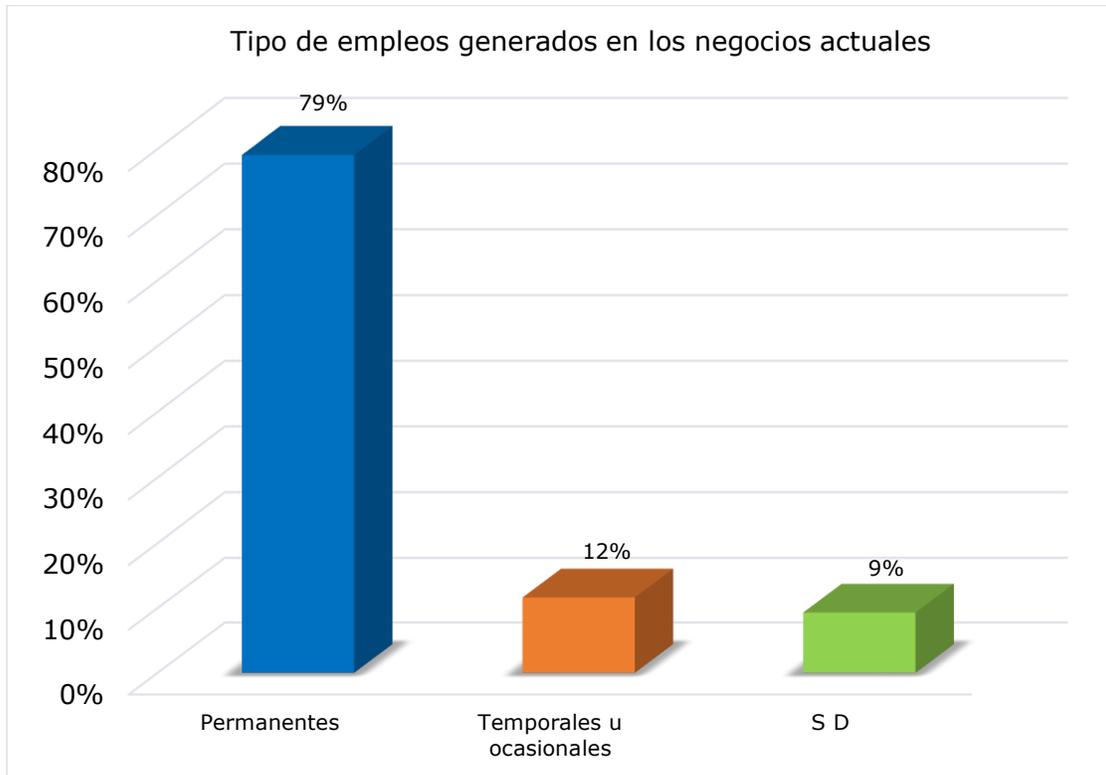
Figura 7 Negocios con registro mercantil



Respecto al registro mercantil de los negocios encuestados, se encontró lo siguiente: el 54% no posee dicho registro, siendo estos un total de 69 negocios, ya que son negocios o emprendimiento manejados de forma tradicional, los cuales son atendidos por adultos mayores y otros creados muy recientemente; en segundo lugar, están aquellos que manifestaron tener registro mercantil, siendo un 33%; en tercer lugar, se encuentran un 10% sin información. Un bajo porcentaje del 3% de los encuestados manifiestan no saber, ni tener conocimiento sobre este tema.

Los datos de la encuesta muestran que se debe fortalecer la importancia de tener Registro Mercantil, ya que este permite a todos los empresarios ejercer cualquier actividad comercial y acreditar públicamente su calidad de comerciante, esta actividad además contribuye al recaudo de impuestos, fortaleciendo las finanzas del municipio y, al estar debidamente registradas, pueden ser sujetos de ayuda, de créditos, entre otros programas del Estado o de carácter público.

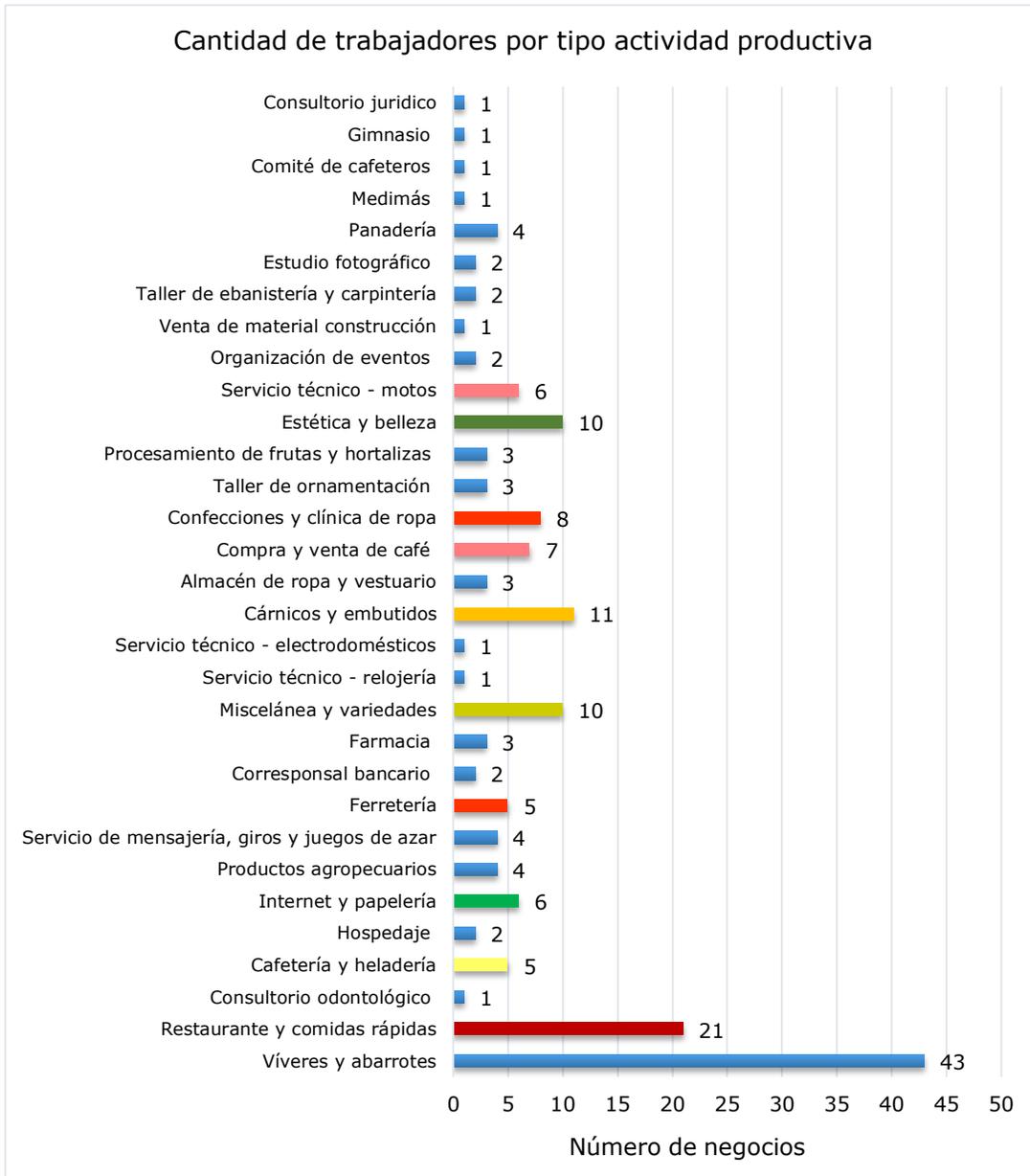
Figura 8 Tipo de empleos generados en los negocios actuales



En cuanto al tipo de empleo generado en el municipio por las diferentes actividades comerciales, se puede observar que el 79% son empleos permanentes, siendo estos los dueños o titulares de dichos negocios o emprendimientos comerciales, dado que el tamaño del negocio y los volúmenes de ventas no permite generar mayor empleabilidad.

Esto tiene sentido por cuanto buena parte de estos son los mismos propietarios generando auto empleo de manera permanente, que corresponde a 102 actividades comerciales y que permite el sostenimiento de su economía familiar; seguido de la generación de empleo temporal u ocasional, representada con un 12% correspondiente a 14 actividades comerciales. También observamos un 9% del que no se tiene datos, ya que al momento de la visita no fue posible el contacto con el dueño o administrador de la actividad comercial.

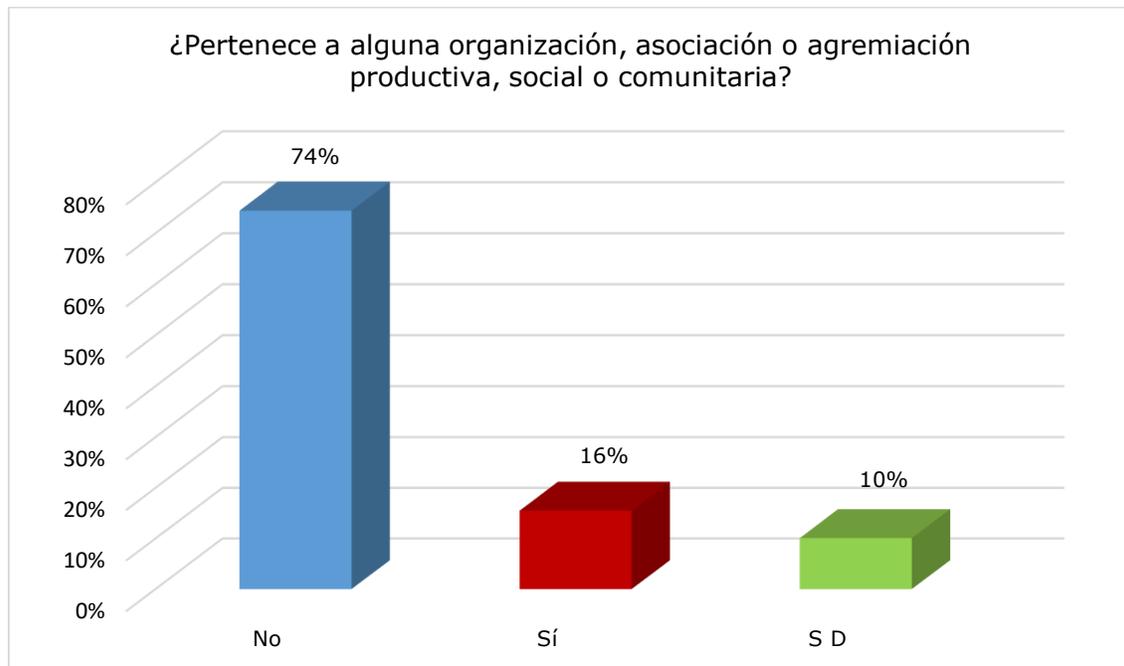
Figura 9 Cantidad de trabajadores por tipo de actividad productiva



Una de las actividades que más genera empleabilidad en el municipio de Gramalote corresponde a "víveres y abarrotes", convirtiéndose en la actividad comercial que más se desarrolla dentro del casco urbano y la que cubre las necesidades básicas de la canasta familiar, seguida de "restaurante y comidas rápidas", que hace un aporte relevante en la generación de empleo no formal en la zona urbana. Otras de las

actividades que generan un amplio rango en la generación de ingresos corresponden a: cárnicos y embutidos, estética y belleza, variedades y misceláneas; que aparte de generar el autoempleo ofrecen un servicio y garantizan la disposición de productos.

Figura 10 Nivel de asociatividad



La participación en procesos asociativos es una de las variables de baja aceptación en la comunidad gramalotera, pues es de preferencia el trabajo individual; así lo demuestra el alto porcentaje de selección negativa a la pregunta de si pertenece a alguna asociación o agremiación productiva, social o comunitaria. Solo el 16% de los encuestados respondieron que sí pertenecen a grupos asociativos, dejando entrever el bajo porcentaje de participación en procesos organizacionales, pues esto depende de la dinámica cultural en la que están inmersos y en la que falta una fase de fortalecimiento y empoderamiento.

2.3.2 Dimensión Rural

Figura 11 Tipo de organizaciones presentes en las veredas



Las organizaciones identificadas a través de la encuesta, que hacen presencia en el área rural del municipio de Gramalote, y que fueron reportadas en la misma, se encuentran en gran parte del territorio rural. Se destaca que todas las 26 veredas visitadas tienen organizaciones de base comunitaria como lo son la Junta de Acción Comunal (JAC).

En otras veredas encontramos organizaciones productivas, como lo es en la vereda San Isidro la Asociación de Productores Agropecuarios de Gramalote - ASOPA GRAMALOTE"; en la vereda Santa Teresita se encuentra una organización productora de gallina ponedora ASOSICAG; también se encuentra la Asociación de Ganaderos y Trabajadores de Gramalote del Norte de Santander - ASOGATRAGANOR, que hace presencia en las veredas Ricaurte, La Garza y Violetas; asimismo, se identifica que en las veredas la Garza y Violetas se encuentran usuarios de la Asociación de Caficultores. Es importante mencionar que en la vereda Jácome está la Asociación de Mujeres Agropecuarias de Gramalote - AMAG, y en la vereda el Triunfo está la Unidad de panadería y repostería El Triunfo. Además, se cuenta con la organización del Acueducto la Miraflores, con asiento en la vereda Miraflores.

Otro tipo de organización importante en destacar es la Asociación AMILAGUNANEGRA de la vereda Páramo del municipio de Santiago, que la conforma un grupo de personas que persevera por el cuidado y protección de la laguna. En la vereda Los Naranjos, del mismo municipio, se encuentra una *minga* de trabajo rotativo en cada una de las fincas de los asociados con una antigüedad de 12 años. Cabe mencionar que en la vereda San Isidro y en la vereda Valderrama encontramos organizaciones de base religiosa como son: la “Organización de la divina misericordia” y en la vereda San Isidro la “Junta Procapilla”.

Se resalta que, mediante otras fuentes de información, se han evidenciado otras organizaciones en el sector rural tales como: Asociación Veredal Agropecuaria AVANZAR, con presencia en la vereda la garza, Jácome y Miraflores; Distrito de Adecuación de Tierras de Pequeña Irrigación de Villanueva - ASOVILLANUEVA, con presencia en las veredas Villanueva, La Garza, Boyacá, Jácome y Miraflores; Asociación del Acueducto Rural el Triunfo, Jácome y el Rosario que involucra las tres (3) veredas; la organización Minidistrito de riego el Rosario y la Asociación de Bananeros, que hacen presencia en las veredas Teherán, el Rosario, La Garza y Villanueva; también se encuentra la Asociación de Productores de Cacao, cuyo domicilio es la vereda el Rosario.

Tabla 9 Tipo de organizaciones con énfasis productivo en la zona rural

Tipo de organizaciones con énfasis productivo en la zona rural						
Tipo de organizaciones	Relacionadas en la encuesta por las 26 veredas			Existentes y/o relacionados por otras fuentes		
	Nombre organización	Vereda	Cantidad	Nombre organización	Vereda	Cantidad
Productivas	1. Asociación de Caficultores	Violetas, La Garza	2	1. Asociación Veredal Agropecuaria (AVANZAR)		2
	2. Asociación de Ganaderos y Trabajadores de Gramalote y de Norte de Santander (ASOGATRAGANOR)	Violetas, La Garza, Ricaurte	3	2. Distrito de Adecuación de Tierras de Pequeña Irrigación de Villanueva - (ASOVILLANUEVA)	Villanueva, La Garza, Boyacá, Jácome y Miraflores	5

Tipo de organizaciones con énfasis productivo en la zona rural						
Tipo de organizaciones	Relacionadas en la encuesta por las 26 veredas			Existentes y/o relacionados por otras fuentes		
	Nombre organización	Vereda	Cantidad	Nombre organización	Vereda	Cantidad
	3. Asociación de Productores Agropecuarios de Gramalote - (ASOPAGRAMALOTE)	Triunfo, San Isidro	2	3. Asociación de Acueducto Rural El Triunfo, Jácome y El Rosario	El Triunfo, Jácome y El Rosario	3
	3. Asociación de Mujeres Agropecuarias de Gramalote - (AMAG)	Jácome	1	4. Minidistrito de Riego El Rosario	El Rosario	1
	4. Asociación del Silencio y El Caracol de Gramalote - (ASOSICAG)	Santa Teresita	3	5. Asociación de Bananeros de Gramalote (ASBAGRA)	Villanueva, Miraflores, La Garza, Teherán, El Triunfo, Violetas, Boyacá, El Rosario, El silencio, Pie de Cuesta, Jácome y Monguí	12
	5. Unidad de Panadería y Repostería el Triunfo	Triunfo	1	6. Asociación de Productores de Cacao	El Rosario, Monguí y Santa Teresita	3
	6. Acueducto veredal la Miraflores	Miraflores	1			
	7. Asociación de Laguna Negra - (AMILAGUNANEGRA)	Páramo	1			
	8. Minga de trabajo	Los Naranjos	1			
	Otras	9. Procapilla	San Isidro	1		
10. Organización de la Divina Misericordia		Valderrama	1			

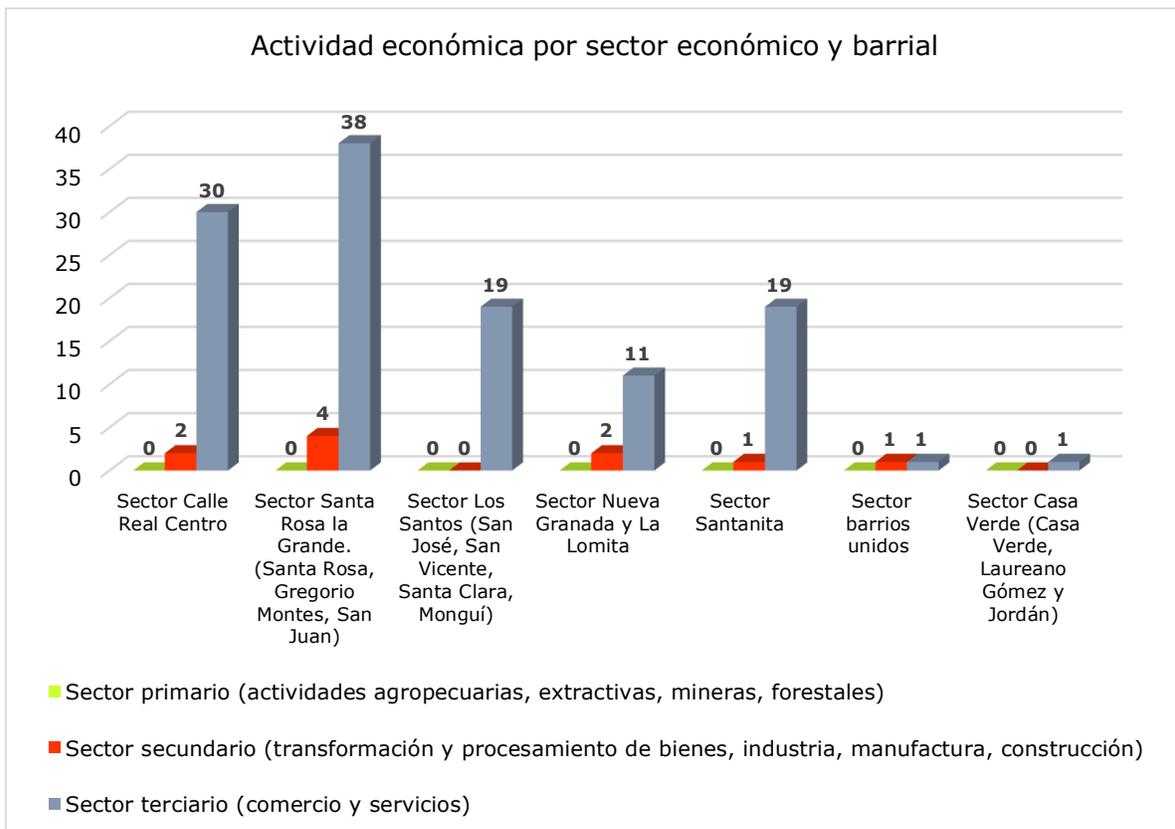
2.4 Actividad Productiva

En esta unidad de análisis se darán a conocer las principales actividades económicas y productivas que se desarrollan a nivel urbano y rural del municipio de Gramalote. La economía y el desarrollo productivo del municipio de Gramalote gira alrededor del sector agropecuario, siendo el cultivo de café el más representativo en la dinámica económica que se encuentra en la zona rural, y que genera una importante fuente de empleo

e ingresos para esta población. En cuanto al sector Urbano se ha evidenciado un aumento de nuevas necesidades de comercio y servicios, lo que ha generado la aparición de una creciente lista de actividades comerciales y productivas dedicadas a ofrecer o suplir diversas necesidades, tanto del casco urbano como el de la población rural, las cuales contribuyen al desarrollo como actividad generadora de ingresos para aquellas familias que realizan algún tipo de actividad comercial y/o productiva. También se relaciona cuáles son los productos agropecuarios más representativos de la zona rural y su relación comercial, de oferta y demanda con la zona urbana del municipio. Igualmente, se evidencia la existencia de algunos sitios turísticos o potencialmente turísticos dentro del municipio de Gramalote.

2.4.1 Dimensión Urbana

Figura 12 Actividad económica por sector económico y barrial



En la figura 12 vemos las actividades comerciales, identificadas por sector productivo, ya sea primario, secundario o terciario en el municipio de Gramalote, la cual muestra la distribución por sectores barriales.

El sector terciario es el más representativo, ya que está integrado por actividades de comercio y de servicios que se generan desde el ámbito familiar en cada una de las viviendas destinadas al uso mixto: habitacional y/o comercio y servicios (tal como lo establece el EOT).

En la actividad de comercio las personas se dedican al intercambio de bienes tanto de la canasta familiar, productos de aseo, bebidas y licores, confitería, papelería y otros productos básicos de uso personal. En el área de servicios encontramos una oferta variada como talleres de ornamentación, confecciones, alquiler y servicio técnico entre otros y este se da de acuerdo con las necesidades de la población o habitantes del municipio.

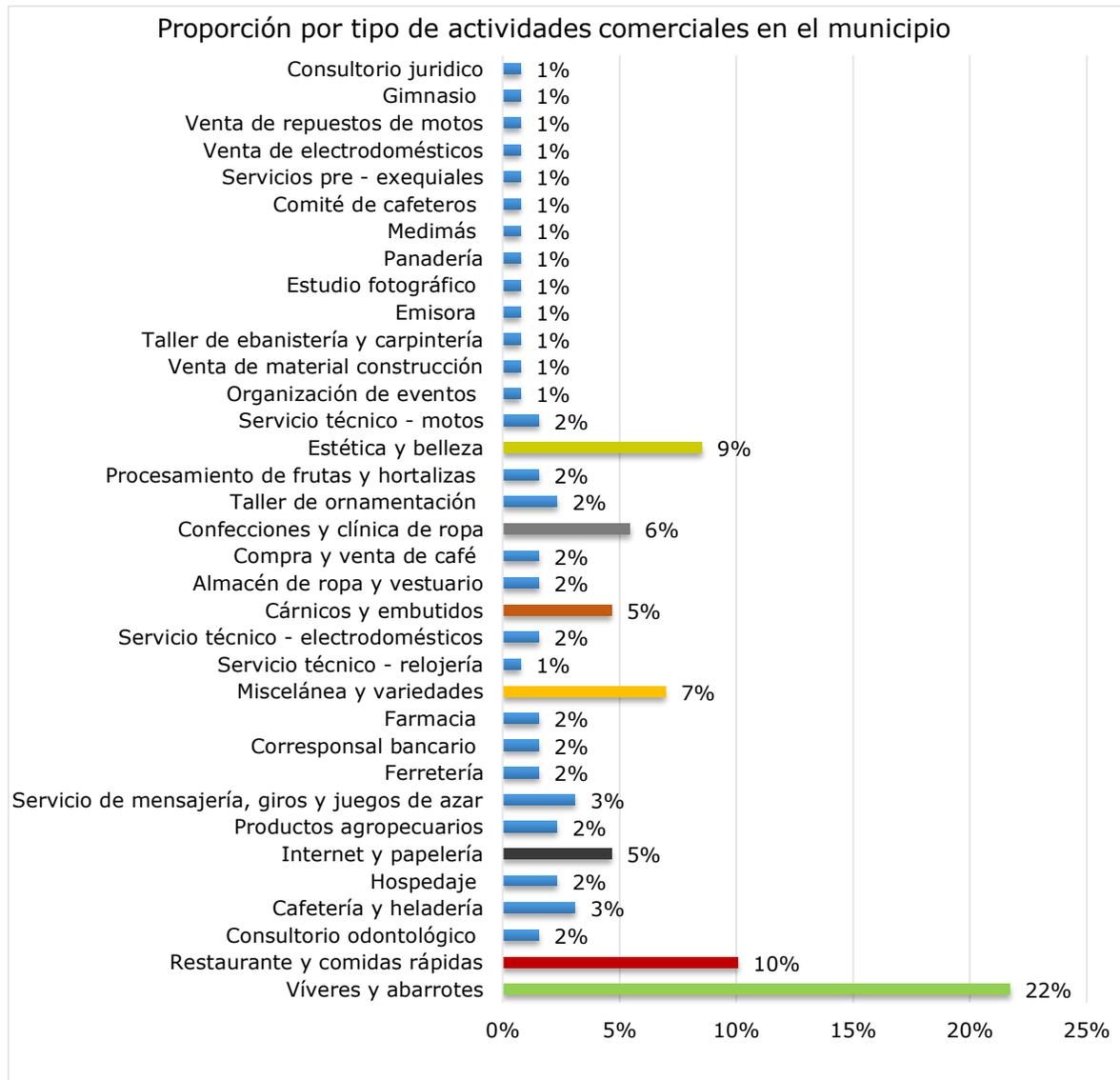
El sector Santa Rosa es la zona donde se concentra la mayor cantidad de establecimientos que desarrollan actividades de comercio en Gramalote, la figura 12 muestra que el sector terciario es el que genera un alto impacto en este barrio; asimismo, allí se desarrollan actividades del sector secundario tales como: transformación, procesamiento de bienes, industria, manufactura y construcción.

Dado que en este sector se hizo entrega de las primeras viviendas por parte de Fondo Adaptación y posterior traslado de familias, quienes identificaron oportunidad de negocio, debido a la gran afluencia de trabajadores de las diferentes obras que se desarrollaban de manera alterna dentro del casco urbano; estos a su vez requerían productos de comercio y servicios, necesidad que fue identificada y aprovechada para para el establecimiento de diferentes actividades comerciales que se encuentran actualmente. Se puede evidenciar que en el sector calle Real Centro, seguido del sector Santa Anita y sector los Santos, muestran también un desarrollo de actividades comerciales significativas.

Cabe destacar que los sectores Barrios Unidos y Casa Verde, tienen menos actividad comercial en el momento, ya que son los barrios o sectores que

aún se encuentran en proceso de construcción de obra y por ende se encuentran viviendas pendientes para su debida entrega y ocupación.

Figura 13 Actividades comerciales en el municipio



En la figura 13 de grupos específicos de actividades comerciales se evidencia un total de 35 tipos de actividades comerciales diferentes, siendo la más representativa *viveres y abarrotos*, representada en la figura con un 22% que equivale a 28 establecimientos que ofrecen productos tales como: artículos relacionados con la canasta familiar, productos de charcutería, confitería, productos de aseo, bebidas y licores.

La actividad comercial de *restaurante y comidas rápidas* representa un 10%, con un total de 13 establecimientos; es la segunda opción de negocio implementada en la dinámica comercial actual del municipio.

El área de *estética y belleza* es otra de las actividades que se desarrollan con gran importancia, pues hace parte de la actividad de servicios que presta un gran número de personas a los habitantes del municipio. Esta actividad se muestra en la figura 13 con una representación del 9%, con un total de 11 establecimientos, siendo así la tercera actividad de mayor importancia desarrollada en el área urbana.

Otro renglón importante, es la actividad de *miscelánea y variedades*, que representa un 7% y que integra actividades como: artículos de papelería, piñatería, perfumería, joyería, venta de flores, imágenes religiosas y variedades en general¹³. Por su parte, la actividad representada en servicio de internet y papelería registra un 5%.

El área de confecciones y clínica de ropa representa un 6%, seguido de la actividad cárnicos y embutidos con un 5%.

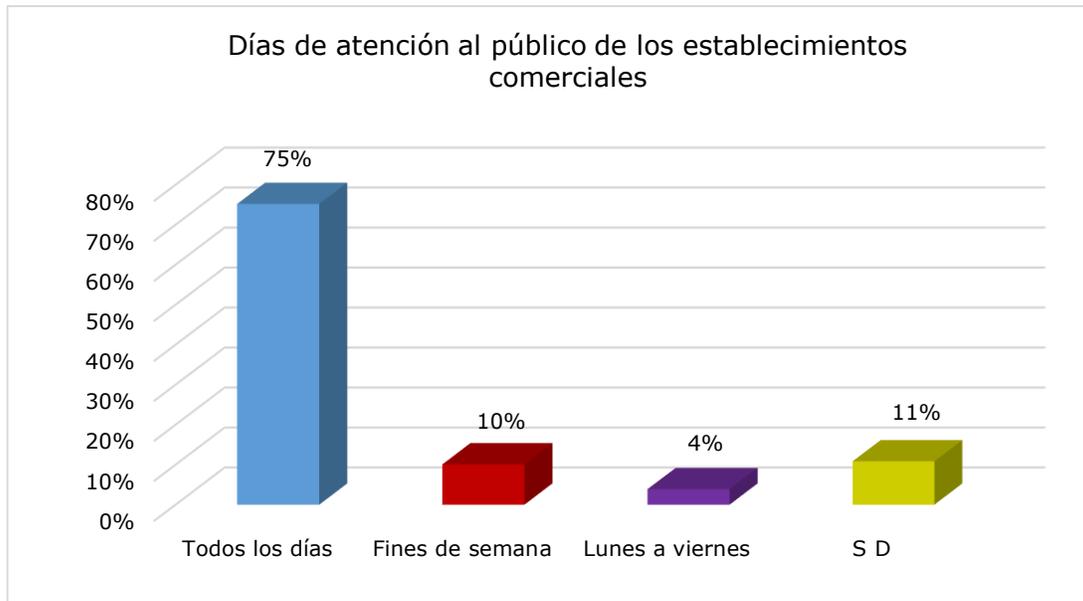
También se evidencia que dentro del municipio se encuentran algunas actividades que, a pesar de no encontrarse en mayor proporción, cobran importancia dentro de la dinámica económica como complemento a otras actividades que prestan y también ofrecen algún tipo de bien o servicio al público en general, como por ejemplo el comité de cafeteros; los corresponsales bancarios (tomando en cuenta que no hay presencia de un banco en el municipio); las ferreterías y ventas de materiales de construcción, dadas las distintas adecuaciones que se evidencian en viviendas o la venta de productos agropecuarios, congruente con el carácter agrario del municipio; entre otros.

Esta diversidad indica que el comercio en el municipio no se está limitando al establecimiento de negocios de venta de víveres, o comúnmente llamadas tiendas, sino que los pobladores están buscando otras alternativas, que pueden estar dadas por sus conocimientos en el tema,

¹³ Los establecimientos de papelería fueron discriminados en otros grupos debido a su especialización, mientras que las misceláneas venden una diversidad de productos más amplia, incluyendo algunos de papelería.

su historia con negocios de este tipo y/o su identificación de un mercado potencial con la oferta de otro tipo de productos o servicios.

Figura 14 Días de atención al público de los establecimientos comerciales



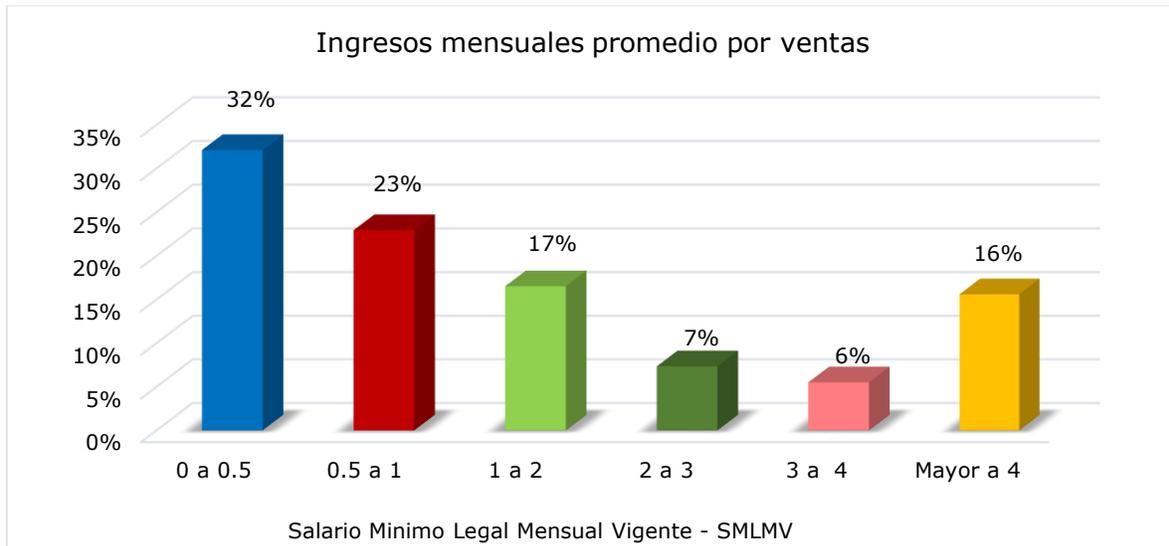
Respecto al horario de atención que brinda el propietario o administrador de la actividad comercial, corresponde en su mayoría a la opción “todos los días” representada por el 75% y muestra la disponibilidad de tiempo y dedicación en la atención de su negocio, al compromiso de venta y el de prestar un servicio a cada gramalotero que lo necesita.

La otra forma de atención es los “fines de semana”, con un 10% que corresponde a actividades tales como: venta de pizzas, postres, tamales, embutidos en general, helados caseros y compra de café, siendo esta última actividad específica de los fines de semana, ya que es el espacio donde los pobladores rurales realizan su intercambio comercial con el área urbana.

La figura 14 muestra entonces que gran parte del comercio se encuentra disponible durante toda la semana, y que la dinámica o movimiento de la economía permite que haya una constante oferta de distintos productos

que demanden tanto las personas de la zona urbana, como las de zona rural.

Figura 15 Ingresos mensuales promedio por ventas



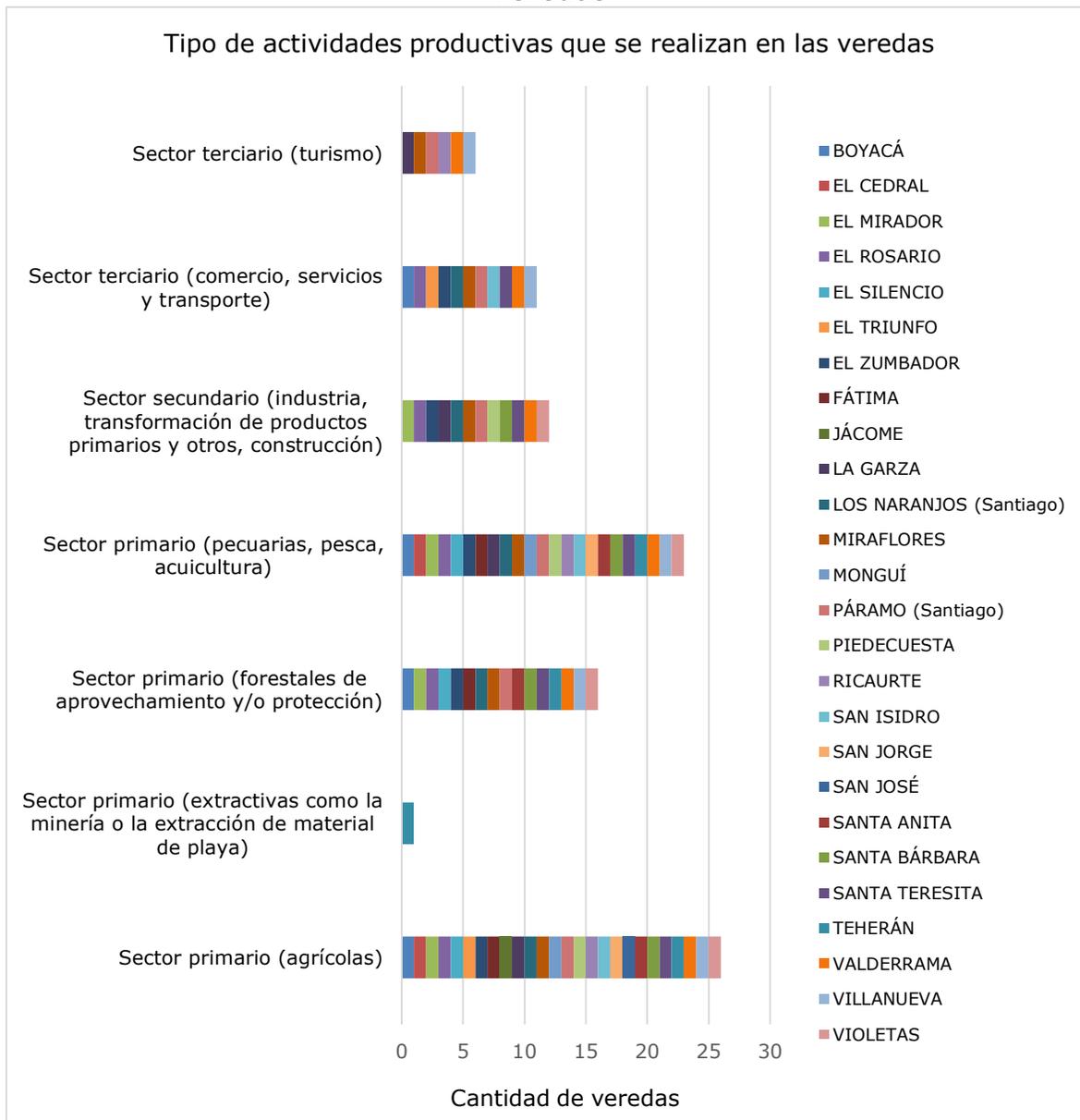
Respecto al tema de ingresos mensuales por actividad económica, se toma como referencia el salario mínimo del año 2020 que corresponde a \$ 877.803, que permite identificar un rango amplio en cuanto a ingresos que recibe los diferentes negocios y que ocupa el 32% de este análisis y que va desde 0 a 0.5 SMLMV, hasta el rango del 16% que corresponde a ingresos superiores a 4 SMLMV.

Esta gran diferencia se da por la diversa variedad de actividades comerciales en los que se encuentran negocios de pequeña escala: venta de minutos, servicio de fotocopias, internet, línea de estética y belleza entre otras actividades que se desarrollan solo los fines de semana, siendo estas un complemento de ingresos y generación de auto empleo, contribuyendo al total de ingresos para suplir algunas de las necesidades básicas del núcleo familiar, hasta actividades comerciales con mayor volumen de venta como: supermercados, ferreterías, tiendas agropecuarias y compraventas de café entre otras actividades, siendo estas actividades más sólidas y a su vez fuentes generadoras de empleo para el municipio.

Es de resaltar que un 23% de los negocios generan hasta un salario mínimo, que es de importancia para la economía del municipio correspondiendo a restaurantes y algunas tiendas de barrio, entre otros.

2.4.2 Dimensión Rural

Figura 16 Tipo de actividades por sectores productivos que en las veredas



El análisis, según el tipo de actividades productivas que se realizan en cada una las veredas evidencia que, en las 26 veredas encuestadas, incluidas las dos (2) del municipio de Santiago (Páramo y Los Naranjos), se evidencia que el cultivo de café es el más representativo y con mayor presencia, seguido del de banano, el chocheco y la caña panelera. Estos generan y dinamizan gran parte de la economía de los pobladores de la zona rural.

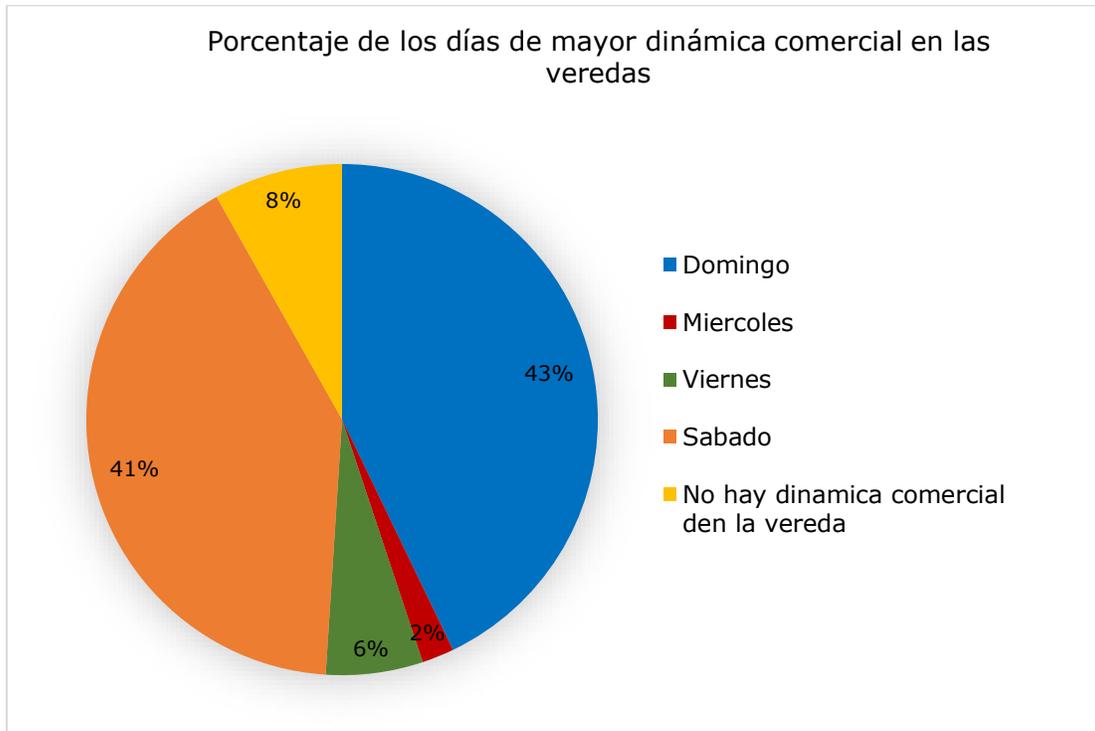
También se evidencia que la actividad pecuaria es representativa, ya que en 23 veredas se referenció la tenencia y el aprovechamiento de especies zootécnicas (ganadería, porcinos, aves de traspatio, pollos de engorde, gallinas de postura).

La ganadería doble propósito, ocupa un reglón importante en la economía, ya que las familias se benefician de la obtención de la leche para su comercialización o transformación, y la cría la toman como levante para su posterior comercialización y/o remplazo de vientres, en el caso de las hembras.

El aprovechamiento y protección forestal también cobra importancia, ya que, en 16 veredas, incluyendo las veredas Páramo y Los Naranjos del municipio de Santiago, aplican un uso eficiente y racional de los recursos naturales mediante la protección y conservación de bosques primarios o nativos, lo que contribuye al cuidado del medio ambiente y además existe un compromiso ambiental por parte de los pobladores de estas veredas.

Se destaca que 12 veredas desarrollan procesos agroindustriales y/o de transformación, que suman a la economía rural; los productos más representativos son: panela, queso, mantequilla, café molido, miel de abejas, entre otros. También se evidencia que se desarrollan procesos internos de comercio y servicios en 11 veredas, con las tiendas de víveres como las más representativas en dicho comercio.

Figura 17 Días de mayor dinámica comercial en las veredas



La figura 17 describe cuales son los días de mayor dinámica comercial dentro de las 26 veredas encuestadas incluyendo, Paramo y los Naranjos del municipio de Santiago. Se puede observar que los días con mayor dinámica comercial son los domingos, con un 43%, seguido del sábado con un 41%, concentrándose en estos dos (2) días la mayor parte de oferta y demanda en la zona rural, donde obtienen y comercializan algunos productos de primera necesidad y generan espacios de entretenimiento representativos como el billar y el tejo.

En cuanto al 8%, cuatro veredas (El Silencio, San Jorge, El Mirador y La Garza), no se genera ningún tipo de dinámica comercial por la usencia de establecimientos o negocios comerciales.

Esto se debe a factores como, por ejemplo: La vereda La Garza se encuentra cerca al casco urbano, donde genera su dinámica comercial; en las otras tres (3) veredas por temas de lejanía y distancia no hay presencia de establecimientos que generen oferta comercial, ya que el valor de los fletes para llevar los productos y realizar el surtido es

considerable y no es representativo con el posible volumen de venta; los habitantes de estas veredas prefieren desplazarse hasta otras veredas, al casco urbano de Gramalote, o a otros municipios cercanos como Lourdes.

En la figura 18, se pueden observar los distintos productos agropecuarios, que además se cosechan o trabajan para comercializarlos en distintos lugares. Lo que aquí se evidencia es una gran diversidad alimentaria que es la base de la canasta familiar gramalotera y de municipios aledaños.

Algunos de estos productos tienen mayor representación y salida comercial; se observa que en el municipio existe un potencial diverso de oferta de productos de gran utilidad que pueden ser ofrecidos en la plaza de mercado o en el mercado local urbano en general.

Se observa una amplia variedad de hortalizas y frutales; también se cuenta con distintas variedades de plátanos y tubérculos, así como distintas especies de granos, que son fuente principal en la dieta alimentaria de los pobladores locales y regionales.

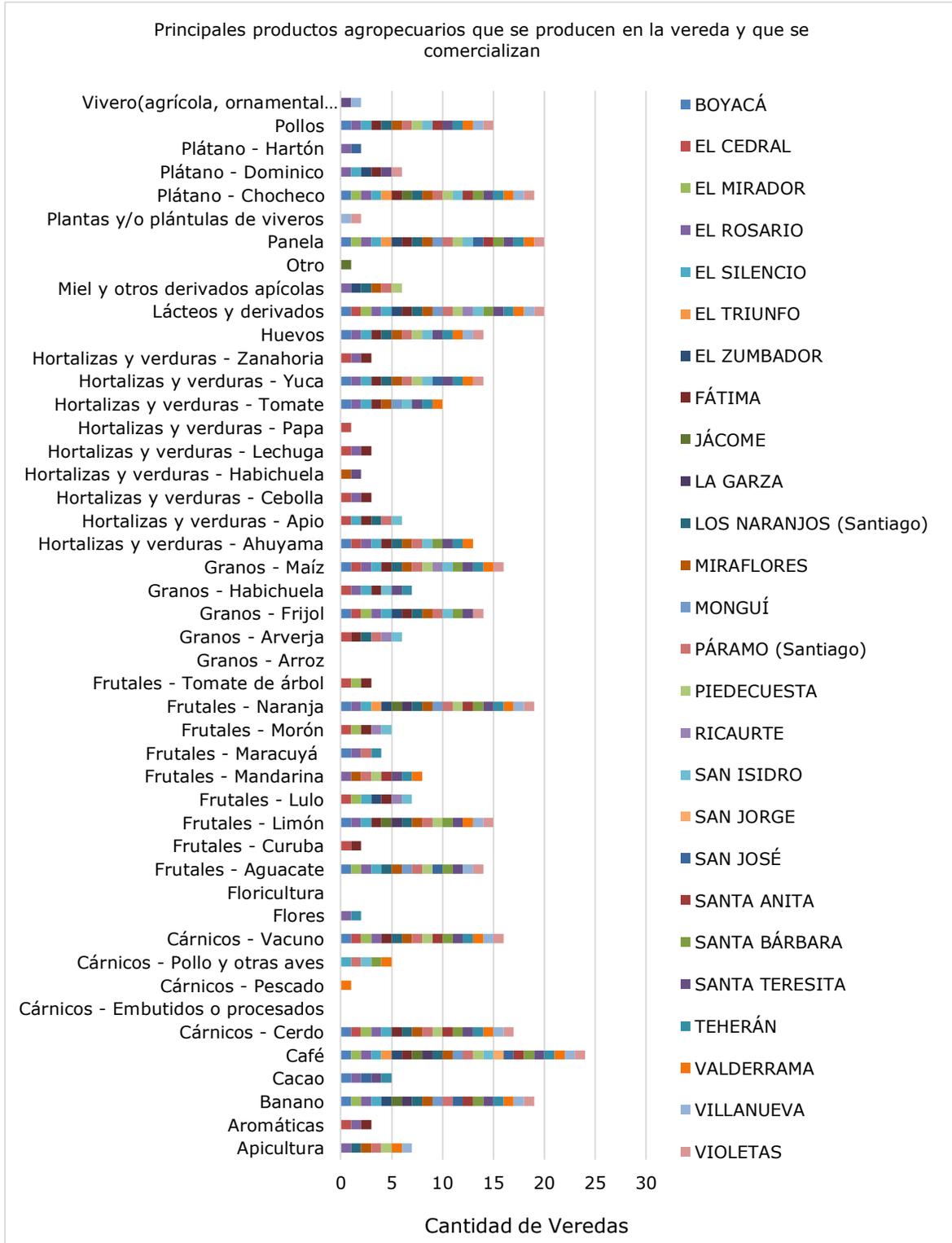
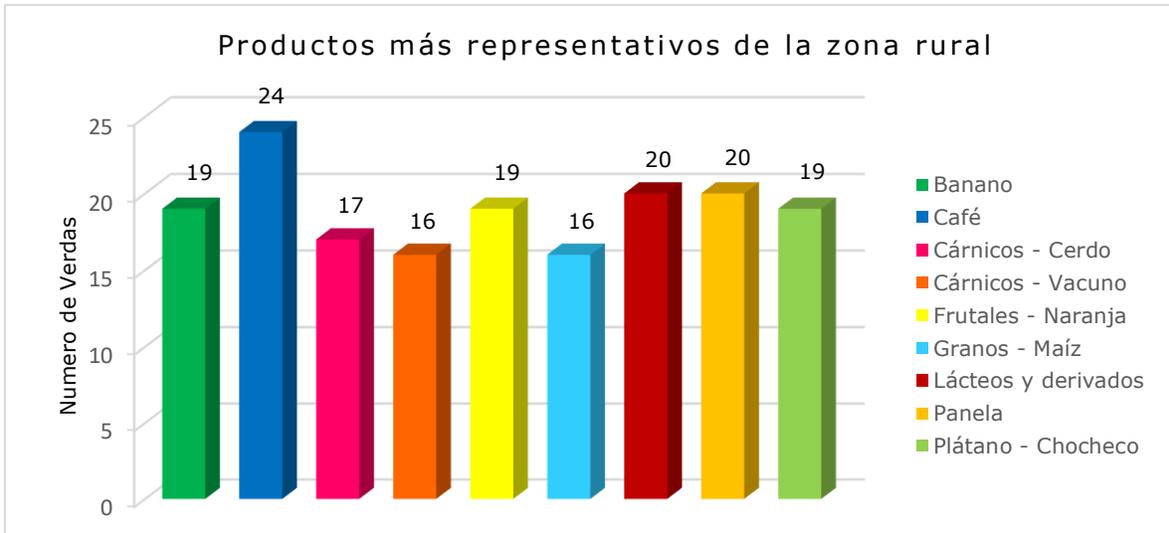
Figura 18 Productos agropecuarios de las veredas


Figura 19 Productos más representativos de la zona rural

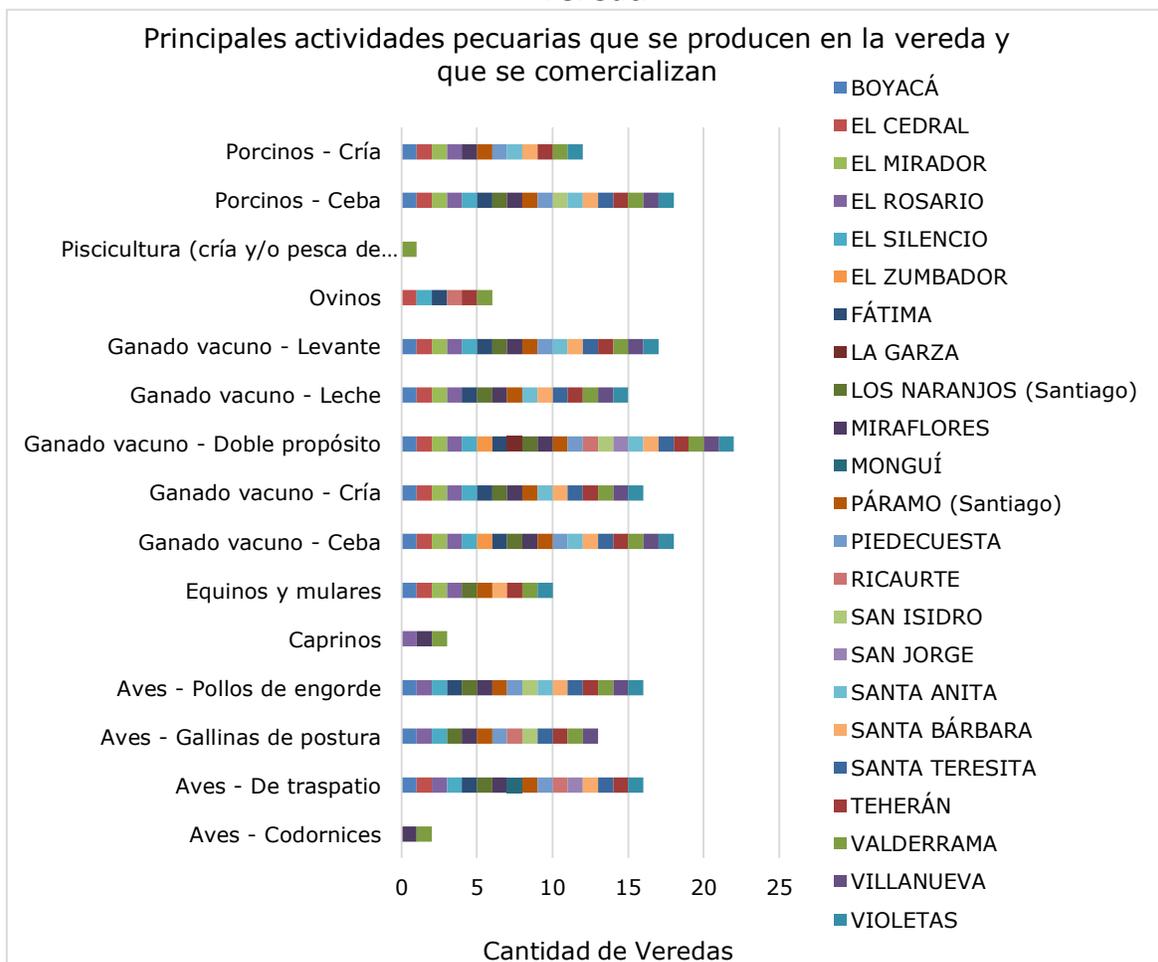


En la figura 19, se observa que el café es la principal actividad agrícola que se desarrolla en las diferentes veredas del área rural del municipio y de las 2 veredas de Santiago analizadas. Seguidamente, se observa que el cultivo del banano, está integrado por: plátano, dominico, hartón y chocheco, como la segunda actividad implementada en 19 veredas y que configuran un flujo de caja menor del productor, siendo este un cultivo del cual hay cosecha todo el año; esta misma proporción de productividad la encontramos en el cultivo de frutales como naranja, limón y mandarina, que representa una alta producción en un gran número de veredas. Otro de los cultivos de los cuales se genera una producción representativa es el maíz, con 16 veredas productoras, seguido de aguacate, frijol y cacao.

Es importante destacar el cultivo de un nutrido grupo de verduras y hortalizas compuesto por: yuca, ahuyama, apio, habichuela, arveja, tomate y zanahoria, que encontramos distribuido por varias veredas productoras. También se dispone de una variada producción de frutales de clima frio como son: tomate de árbol, morón, maracuyá, curuba y lulo que se encuentran en las veredas ubicadas en la zona más alta del municipio. La actividad de vivero, cultivo de flores y aromáticas, son actividades que, aunque ocupan un mínimo renglón productivo, generan representación gráfica dentro del mapeo de actividades productivas.

Como complemento de las actividades agrícolas, en las diferentes veredas se desarrollan de manera alterna actividades pecuarias que incluye las etapas de cría, levante y ceba de bovinos y porcinos, como también la explotación del sector avícola. Cabe destacar que otras de las actividades productivas tienen que ver con los procesos agroindustriales y que contempla la producción de panela, queso, mantequilla y postres entre otros.

Figura 20 Principales actividades pecuarias que se producen en la vereda

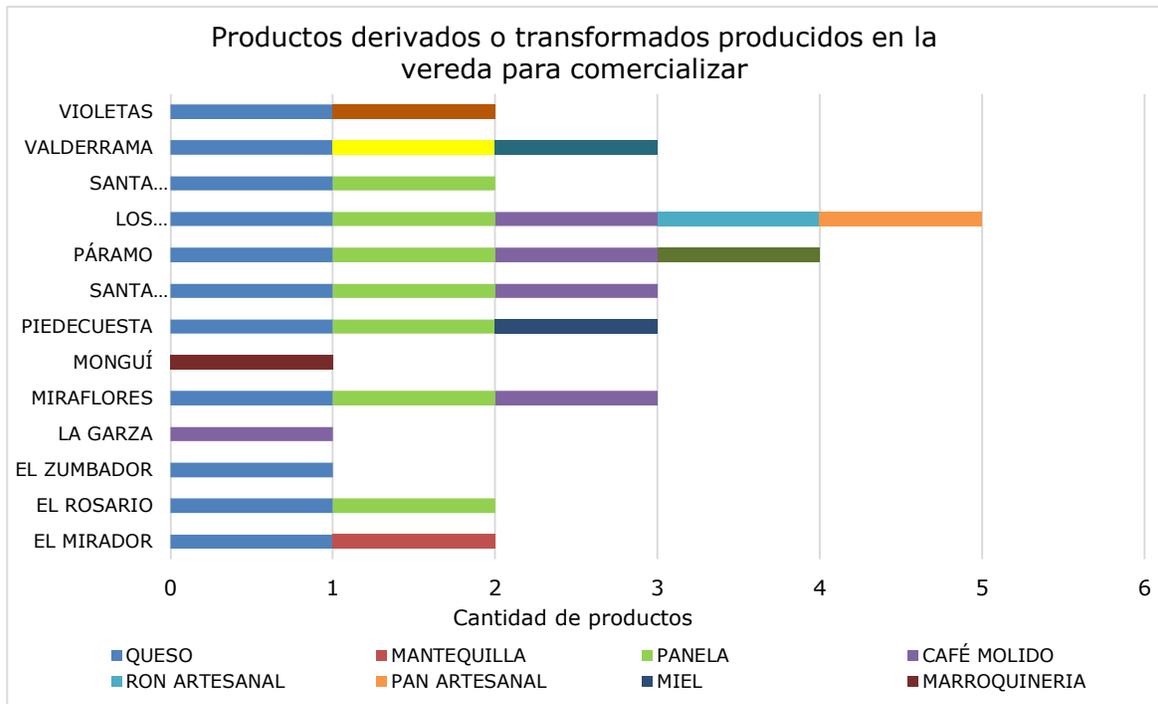


El ganado vacuno doble propósito es la actividad pecuaria más importante que se desarrolla en 22 de las veredas encuestadas, teniendo en cuenta que, de estas, 20 veredas pertenecen al municipio de Gramalote y 2 veredas pertenecen al municipio de Santiago. En esta actividad se llevan a cabo diferentes fases como: etapa de cría, que va desde el nacimiento cero (0) meses, hasta aproximadamente ocho (8) meses de edad; la etapa de levante, que se desarrolla en un tiempo comprendido entre la etapa del destete en promedio ocho (8) meses, hasta la edad de 18 meses aproximadamente, cuando inicia la etapa de ceba y que va hasta la edad de 24 meses aproximadamente o hasta que logre un peso promedio de 450 a 470 Kg de peso vivo, cuyo destino final sería el beneficio.

También se desarrolla la actividad de ganado de leche donde el productor realiza el ordeño, ya sea manual o mecánico y generan un producido de leche en fresco, que en algunas oportunidades es vendida como líquido o transformada para producir: queso, mantequilla u otros productos agroindustriales. Se debe tener en cuenta que en la mayoría de las fincas productoras desarrollan todo el ciclo productivo, según lo muestra la figura 20, y que estas integran el desarrollo pecuario, como la segunda actividad en importancia respecto al renglón económico del municipio.

La actividad de porcinos es la segunda actividad pecuaria que se desarrolla en el sector rural; son varias las veredas que se dedican a estos proyectos, desarrollando etapas de cerdas especializadas en cría para venta de lechones y la etapa de cerdos de ceba, que se adelanta de forma independiente donde se toman los cerdos lechones, a la edad de 40 - 45 días, con un peso promedio de 12 -15 kg, y se engordan hasta lograr un peso aproximado de 80 -100 kg en un tiempo promedio de cuatro (4) meses, para su posterior sacrificio o beneficio.

Figura 21 Productos derivados o transformados producidos en la vereda para comercializar



Los productos agroindustriales que se obtienen a través de los procesos de transformación de un producto básico, para obtener uno final en cada una de las fincas, son numerosos y generan un valor agregado, que le permite al productor obtener mayor ingreso de recursos, así como entregar un producto más inocuo al consumidor final.

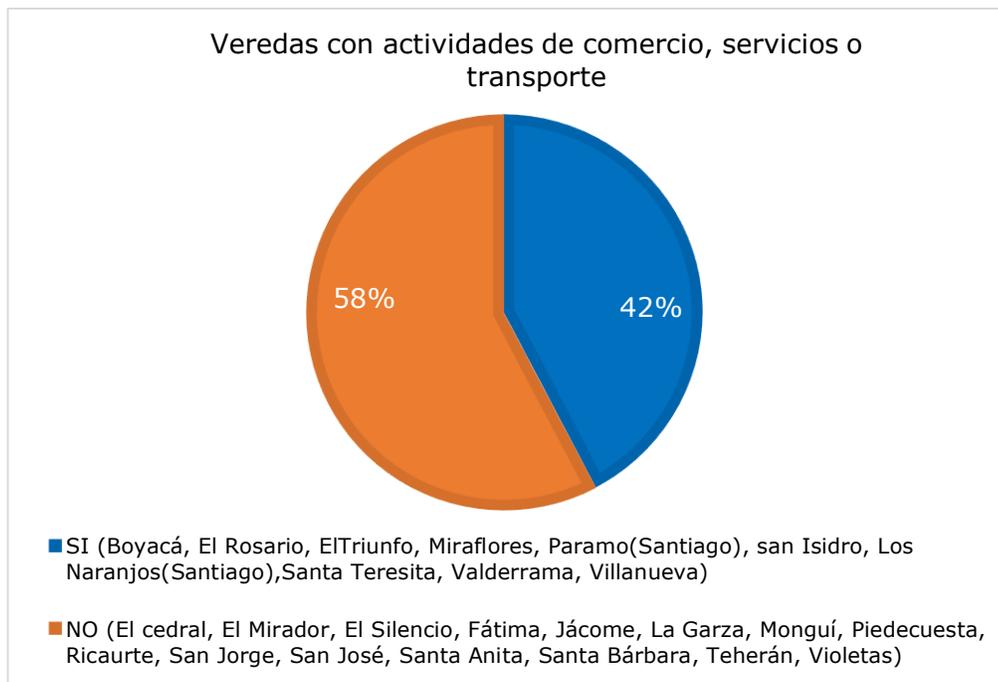
El queso es el producto transformado que más se logra producir en el sector rural, pues en once (11) veredas del municipio se encontró esta producción. Esto se debe, en parte, a las dificultades de transporte de la leche en fresco, el tiempo de entrega, el regular estado de las vías y debido a que no se cuenta con un transporte especializado para el traslado de la leche. Todo esto sumado, que para el productor rural obtiene un doble beneficio al comercializar un producto con valor agregado como el queso y utilizar el subproducto (suero) en la alimentación de los cerdos.

La panela, es otro los productos transformados que se encuentran en las veredas y que los productores lo utilizan como fuente de ingreso de caja menor o como insumo de trueque dentro de la misma vereda.

También tenemos que el café molido es otro producto con transformación y con buenas posibilidades de venta, ya que es de consumo primario y es una labor que desarrolla la mujer rural como su fuente de ingreso. Otros productos derivados o transformados que encontramos en el área rural son: mantequilla, pan artesanal, artesanías, marroquinería, postres, miel de abeja, ron artesanal, vino de naranja, entre otros.

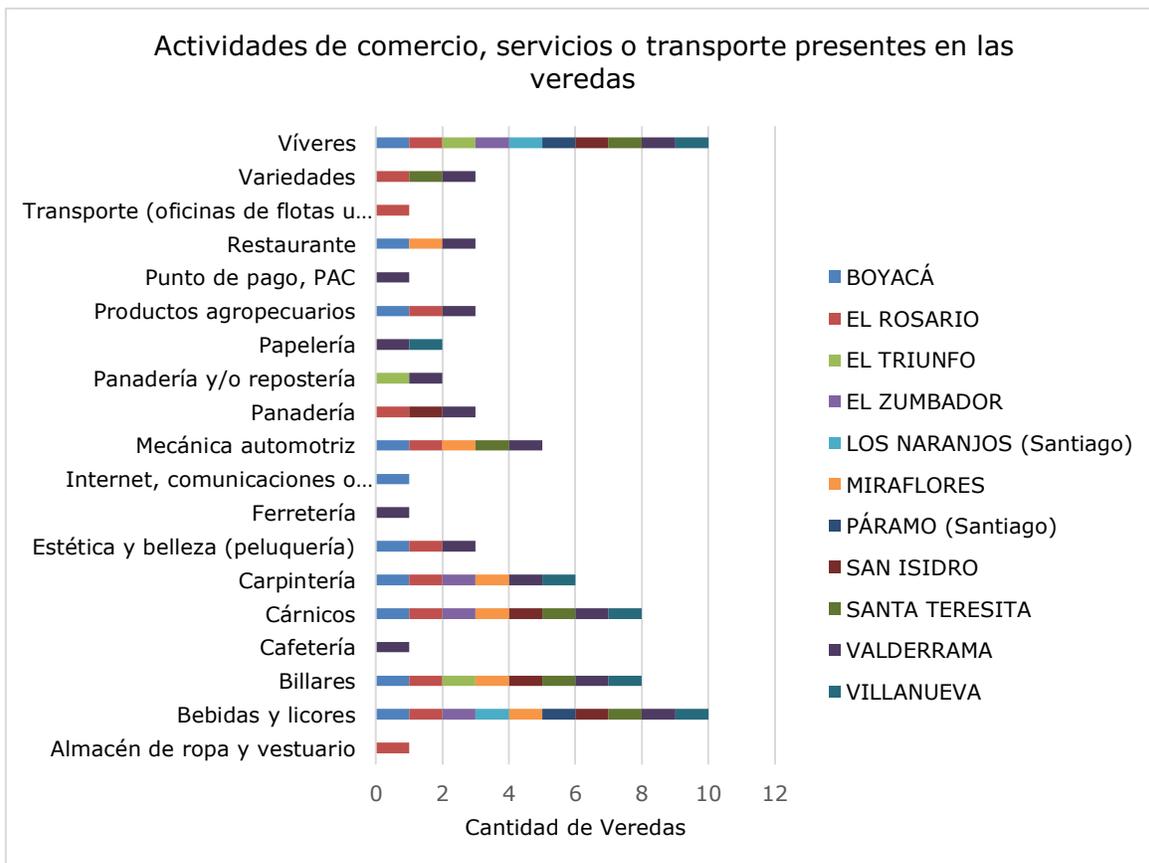
Cabe destacar que de las 26 veredas visitadas que hicieron parte de la socialización del proyecto, y como aspecto importante de la actividad comercial que se desarrolla en el municipio, las veredas pertenecientes al vecino municipio de Santiago son las veredas con mayor oferta de productos transformados, los cuales son ofertados en algunas tiendas de los diferentes sectores urbanos de Gramalote, como la plaza de mercado y la venta casa a casa, generando una dinámica comercial importante.

Figura 22 Veredas con actividades de comercio, servicios o transporte



En la figura 22, se evidencia que el 58% representado por 15 veredas, no cuenta con ningún tipo de actividad comercial o de servicios; mientras que el 42% (11 veredas) cuenta con algún servicio o actividad relacionada con el comercio dentro de la misma vereda. Esto evidencia que en todas las veredas no se genera una dinámica económica comercial, viendo la necesidad de sus pobladores a trasladarse a otras veredas, sectores, o al mismo casco urbano de Gramalote e incluso hasta otros municipios para la consecución de bienes de consumo requeridos, como es el caso de las veredas San Jorge y San José, quienes se abastecen en el municipio de Sardinata, ya que en estas veredas no se encuentra ningún tipo de establecimiento comercial, sumado que son las veredas con menor población dentro del municipio de Gramalote, y con carencia de conectividad de estas veredas.

Figura 23 Actividades de comercio, servicios o transporte por vereda

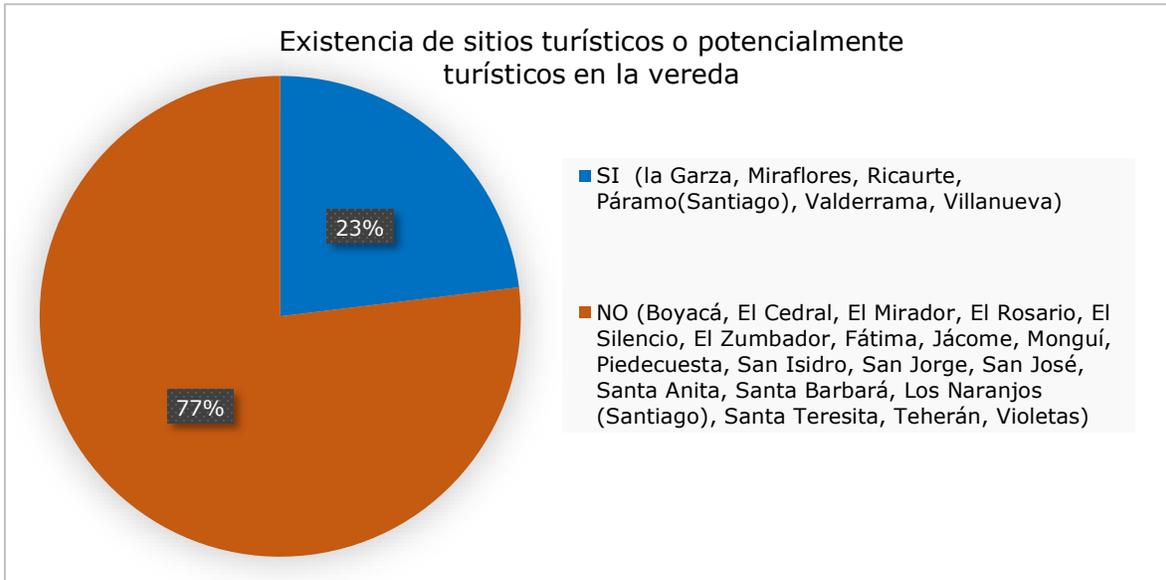


Del total de las once (11) veredas relacionadas, se evidencia que la actividad de venta de víveres, bebidas y licores son los productos de mayor comercio, predominando en diez (10) de estas veredas, como lo relaciona la figura anterior; seguido de la venta de cárnicos y billares, encontrándose solamente en nueve (9) veredas. Estas veredas a su vez sirven como abastecimiento, a menor escala, de productos de primera necesidad a otras veredas cercanas, por ejemplo: El Rosario provee productos cárnicos y víveres a los habitantes de las veredas Teherán, Monguí, Pie de Cuesta, El Silencio y Santa Teresita.

Otras de las actividades existentes que suman valor al tema comercial es la venta y expendios de cárnicos, cuya actividad se lleva a cabo dentro de las veredas de manera informal y artesanal, ya que el municipio carece de una planta de sacrificio que brinde y garantice la inocuidad de estos productos para el consumo humano.

Cabe resaltar que la planta de sacrificio más cercana que reúne las condiciones y que está avalada por el Instituto Colombiano Agropecuario – ICA, se encuentra ubicada en el municipio de San Cayetano (Cornejo) pero que, según el testimonio de los productores, es difícil su uso para realizar las prácticas de sacrificio por temas de transporte, tanto para llevar el ganado en pie, como para el regreso de la canal para su expendio, sumado a que no se cuenta con un medio de transporte idóneo que permita y garantice la calidad y condiciones organolépticas. Este traslado incrementaría considerablemente los costos, dejando un reducido margen de ganancias para los expendedores de cárnicos.

Figura 24 Sitios turísticos o potencialmente turísticos en las veredas



Los sitios con potencial turístico identificados en la zona rural por los pobladores están ubicados en las veredas La Garza, Miraflores, Ricaurte, Páramo, Valderrama y Villanueva, que conforman un 23% de las veredas encuestadas tanto de las del Municipio de Gramalote, como las dos (2) pertenecientes al municipio de Santiago. Estas veredas poseen lugares que son utilizados estratégicamente como turísticos por su belleza natural, sus vías de acceso, sus condiciones ambientales y físicas, y que se convierten en un atractivo para los visitantes.

Tabla 10 Sitios turísticos identificados por los encuestados

Vereda	Nombre de los sitios turísticos identificados por los encuestados
La Garza	Finca Las Margaritas - Finca Los Naranjitos
Miraflores	El Bojoso - Poso Largo - Pueblo Viejo - El Instituto Agrícola - Capilla Divino Niño - Ruinas De Pueblo Viejo - Puente Pueblo Viejo
Ricaurte	Laguna El Espartillo
Páramo (Santiago)	Laguna Negra - parapentismo

Vereda	Nombre de los sitios turísticos identificados por los encuestados
Valderrama	Parapente Pomarroso - Tobogán natural - Capilla - cascada Arco Iris - piscina El Remanso - Puente Cuervo - Pozo El Molino - Finca El Limoncito
Villanueva	Piscina El Bambú

La vereda Valderrama, seguida de la vereda Miraflores, encabezan con un gran número de lugares o sitios identificados que permiten generar actividades que, con un manejo adecuado, podrían convertirse en una potencialidad turística del municipio.

En la vereda Valderrama se encuentran algunos sitios o lugares, tales como: parapente Pomarroso, tobogán natural, capilla, cascada Arco Iris, piscina El Remanso, Puente Cuervo, pozo El Molino y finca El Limoncito. Estas veredas a través de procesos que generen dinámica comercial esperan fortalecer su idea turística.

Tenemos también que la vereda Miraflores posee una amplia lista de sitios como: El Bojoso, Pozo Largo, Pueblo Viejo, El Instituto Agrícola, Capilla Divino Niño, Ruinas de Pueblo Viejo y Puente Pueblo Viejo, que también hacen parte de los atractivos con que se cuenta actualmente y que pudiesen ser explotados bajo la dinámica turística y son de vital importancia, ya que estos están ubicados muy cerca al perímetro del área urbana de Gramalote y generarían un gran atractivo de visitantes.

También se enumera en la vereda La Garza la Finca Las Margaritas y Finca Los Naranjitos, identificadas y fortalecidas potencialmente para la creación de una ruta agroturística, seguidos de la vereda Ricaurte, en la que se encuentra la Laguna El Espartillo, que es un ícono ambiental y provee recurso hídrico al municipio. En la vereda Páramo (Santiago) se encuentra la Laguna Negra, la cual es la despensa de agua del municipio de Santiago y permite, además, desarrollar actividades de parapentismo como atractivo turístico. En la vereda Villanueva se encuentra la Piscina El Bambú, sitio recreacional que ofrece servicio de hospedaje, zona de esparcimiento, consumo alimentos y bebidas en general.

La tabla diez (10), complementa los sitios turísticos que ha sido identificados desde la Alcaldía de Gramalote y que son relacionados en la tabla 11:

Tabla 11 Sitios turísticos relacionados por la Alcaldía de Gramalote¹⁴

Nombre	Dirección	Indicaciones para llegar al lugar	Tiempo estimado de llegada (minutos)
Reserva Natural El Bojoso	MIRAFLORES	Se encuentra al nororiente del municipio	90
Alto del Zumbador	SANTA BÁRBARA	Carretera terciaria que comunica a la vereda La Garza y la vereda El Zumbador; desvío finca el alto	90
Capilla Virgen de Las Mercedes	EL ZUMBADOR	Carretera terciaria que comunica a la vereda La Garza y la vereda El Zumbador	100
Cascadas Quebrada La Colorada	VALDERRAMA	Al oriente del antiguo casco urbano pasando por el pozo del molino	60
Balneario Villa Nueva	VILLANUEVA	Norte del antiguo casco urbano, vía terciaria que comunica a Gramalote con las veredas Villanueva y Fátima	60
Santuario de la Virgen	VIOLETAS	Carretera terciaria que comunica a la vereda La Garza y la vereda El Zumbador; desvío finca Matelata	60
Capilla de San Isidro	SAN ISIDRO	Carretera terciaria que comunica a la vereda Santa Anita - El Triunfo	160
Santuario Virgen de Lourdes	SANTA ANITA	Vía terciaria que comunica al antiguo casco urbano con el cementerio municipal	20
Nuevo Casco Urbano	MIRAFLORES	8 kilómetros desde el punto llamado Campo Alegre por la nueva vía de Gramalote-Lourdes	20
Santuario Santo Cristo del Corral	TEHERÁN	Occidente del municipio vía terciaria vereda El Rosario - Teherán	40
Pozo El Molino - Quebrada La Colorada	VALDERRAMA	Se toma el camino que lleva a la vereda Los Naranjos del municipio de Santiago por el suroriente de Gramalote	30

¹⁴ Fuente: Alcaldía de Gramalote. Datos abiertos. 2019. <http://www.gramalote-nortedesantander.gov.co/tema/datos-abiertos>

Nombre	Dirección	Indicaciones para llegar al lugar	Tiempo estimado de llegada (minutos)
Mirador Pomarroso	VALDERRAMA	Oriente del municipio vía terciaría que comunica a la vereda Valderrama - antiguo casco urbano	30
Pueblo Viejo	JÁCOME	1 kilómetro desde el antiguo casco urbano vía terciaria que comunica al municipio con el lugar	30
Santuario del Divino Niño	JÁCOME	1 kilómetro desde el antiguo casco urbano vía terciaria que comunica al municipio con el lugar	30
Cueva Los Alcaravanes	VALDERRAMA	2 kilómetros desde el antiguo casco urbano, vía secundaria Gramalote - Santiago	40
Estadero y Balneario El Botecito	JÁCOME	2 kilómetros vía secundaria Gramalote - Lourdes	5
Puente de Plata	JÁCOME	2 kilómetros vía secundaria Gramalote - Lourdes	5
Capilla Boyacá	BOYACÁ	Carretera terciaria que comunica a la vereda La Garza y la vereda El Zumbador	50
Estadero La Playita	VALDERRAMA	500 metros por vía terciaria del antiguo casco urbano	10
Pozo La Ahogada	VALDERRAMA	500 metros por vía terciaria del antiguo casco urbano	10
Estadero y Balneario El Remanso	VALDERRAMA	1 kilómetro vía secundaria Gramalote - Santiago	15

En la tabla 11 se pueden observar otros sitios turísticos que las personas encuestadas no identificaron. Es importante resaltar que varios de estos sitios son santuarios religiosos, es decir, que tienen un potencial alrededor del turismo religioso.

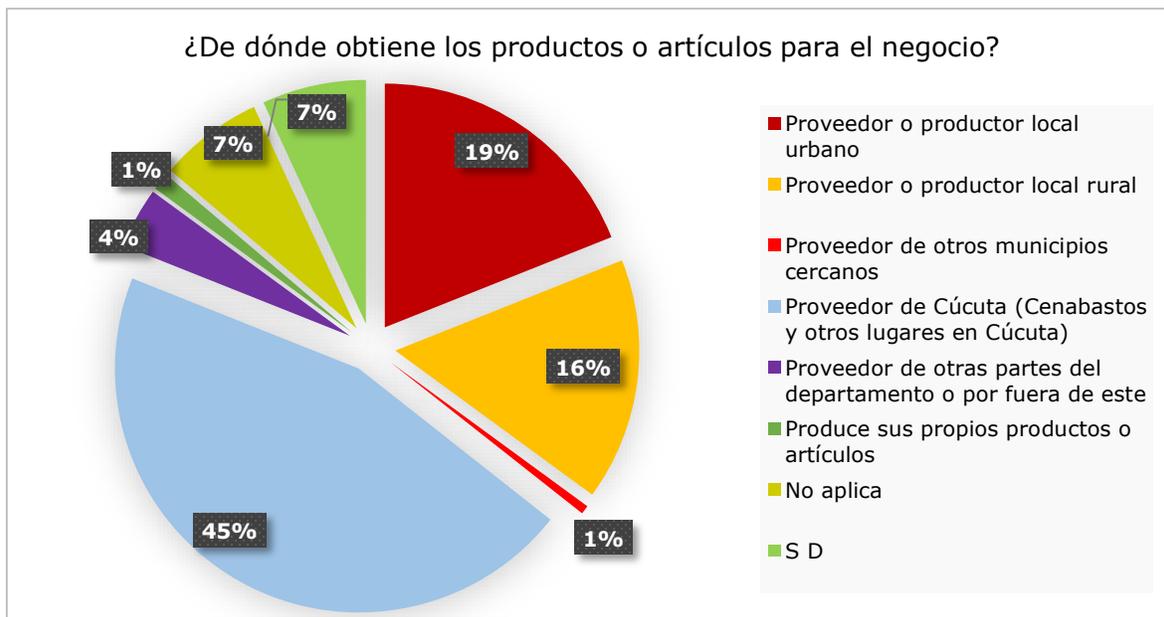
2.5 Comercialización y condiciones de conectividad

Para contextualizar el tema de la comercialización del municipio de Gramalote, analizamos variables desde el área urbana, que se relacionan con el área rural, partiendo que la base de la economía surge desde un

intercambio comercial urbano – rural. Se indagó lo siguiente: dónde obtienen los productos de abastecimiento para los negocios; frecuencia con que se abastecen y qué medios de transporte utilizan para este fin; qué estrategias están implementando para atraer sus clientes; frecuencia con que los pobladores de la zona rural visitan el nuevo casco urbano; dónde y con quiénes comercializan sus productos dentro del casco urbano; la dinámica de los medios de transporte que utilizan, y la condiciones de las vías existentes que les permiten la conectividad desde el área rural con el casco urbano y viceversa, identificando falencias en el transporte por ausencia de rutas (transporte de línea) y en las vías por su regular condición.

2.5.1 Dimensión Urbana

Figura 25 Lugar y proveedor de productos o artículos para los negocios

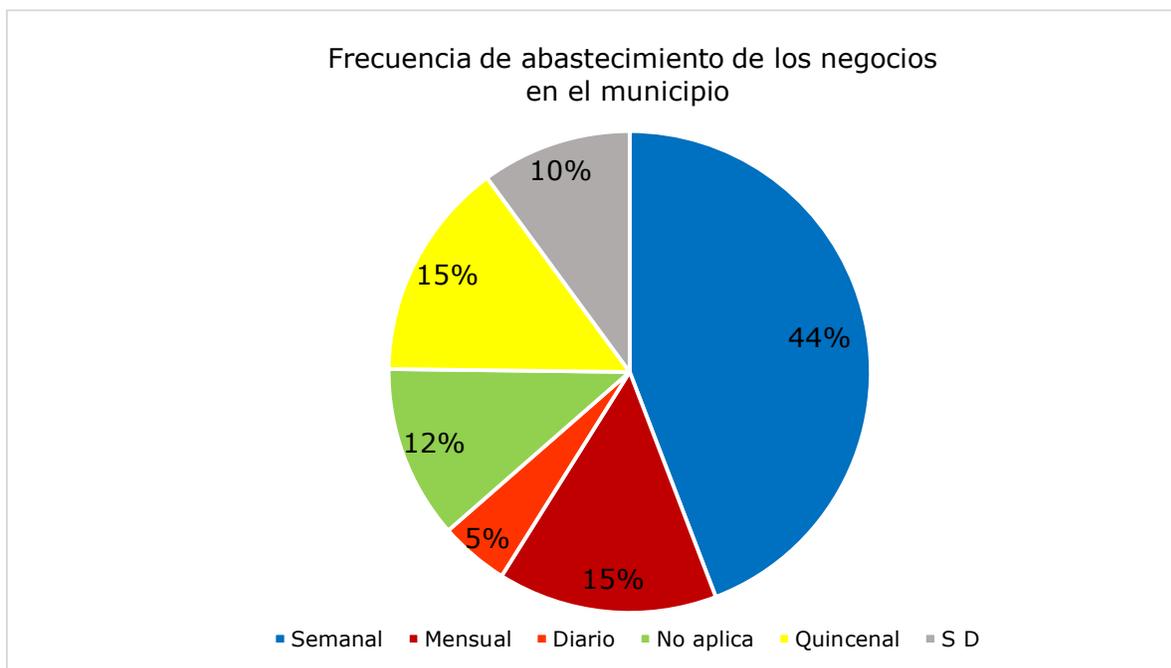


Con el objetivo de conocer la procedencia de los productos para surtir cada uno de los establecimientos comerciales que hay en el casco urbano y analizar la dinámica comercial urbano-rural que se desarrolla actualmente en el municipio, se indagó por la procedencia de

donde obtienen los productos para el negocio que desarrolla cada comerciante.

A esta pregunta, como se ve en la figura anterior, la mayoría de las personas responden que ellos se proveen sus productos desde la Central de Abastos de la Ciudad de Cúcuta (Cenabastos), representado en un 45%; seguido con un 19% que representa al proveedor o productor local urbano, y que demuestra que algunos de los comerciantes desarrollan actividades como mayoristas. Al analizar la dinámica urbano rural, se observa la procedencia de productos de las diferentes veredas del sector rural del Municipio de Gramalote, representado en un 16%.

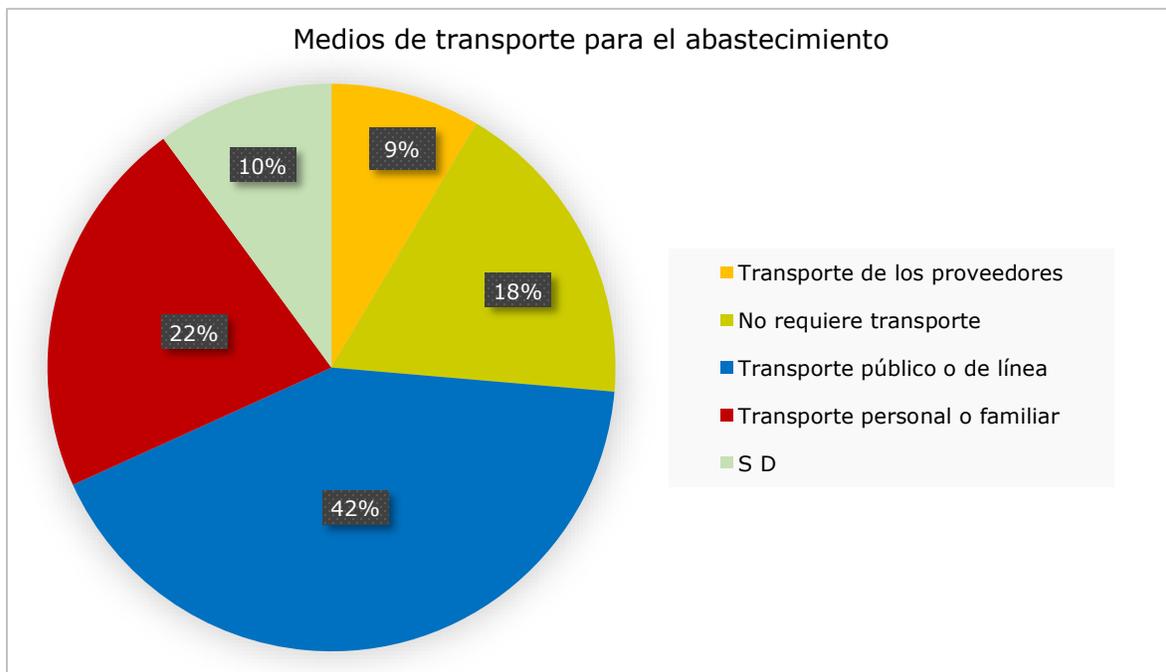
Figura 26 Frecuencia de abastecimiento de los negocios en el municipio



La frecuencia de abastecimiento de productos que se venden en cada uno de los establecimientos comerciales encontrados en el casco urbano, está identificado en un alto porcentaje en la opción "semanal", representada en la figura 26 con un 44%.

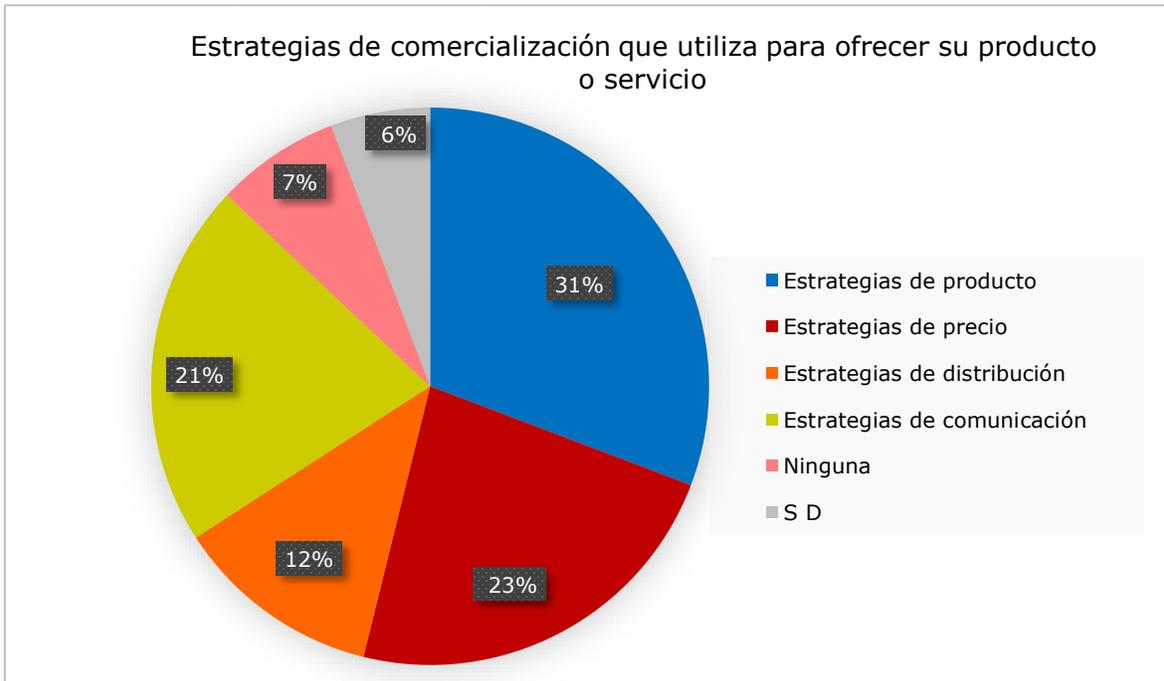
Esto nos permite identificar que hay un intercambio variado de productos, que permite la rotación de inventarios y una variada oferta de productos nuevos que garantiza a los clientes la obtención de artículos de óptima calidad, que dispone de variedad y oferta en el tiempo justo y necesario. El análisis nos permite evidenciar también que la frecuencia quincenal y mensual representada en un 15% cada una de ellas, como otra opción de frecuencia con la que los emprendedores surten sus negocios.

Figura 27 Medios de transporte usados para el abastecimiento de los negocios



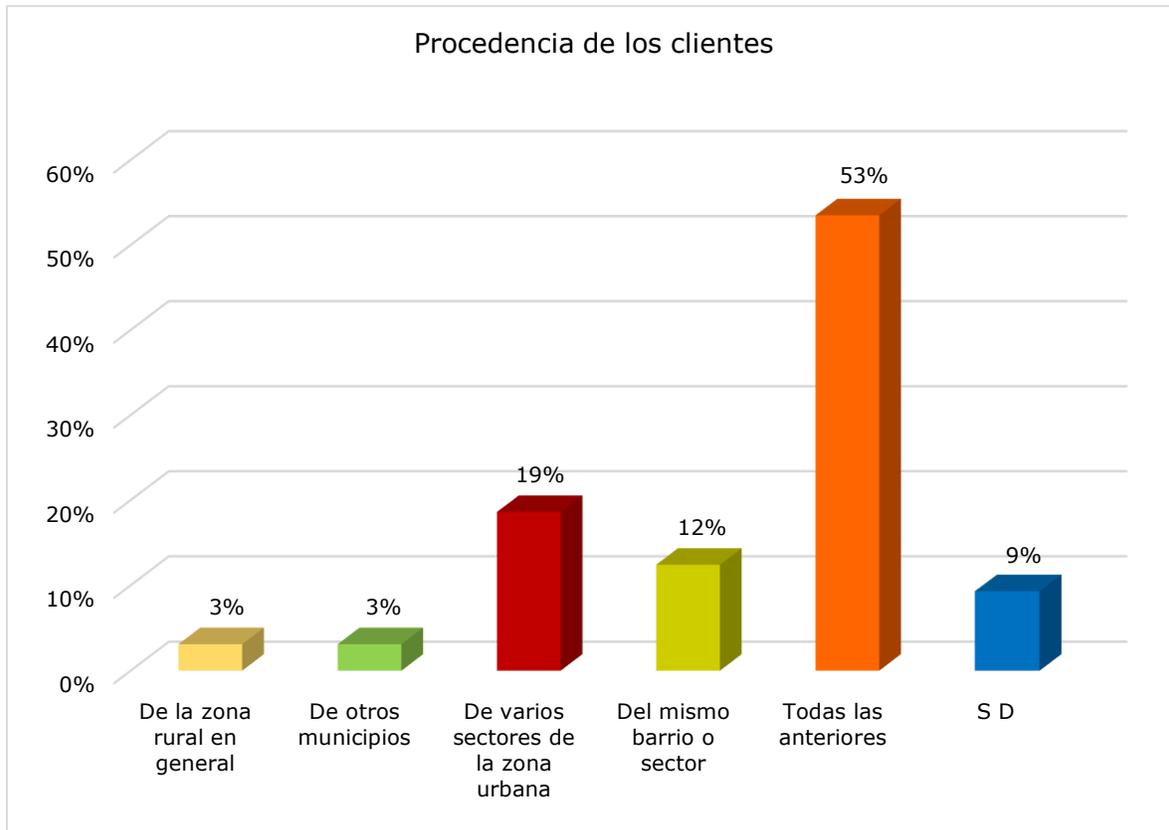
La utilización de medios de transporte para el acarreo de las mercancías tanto de víveres, verduras y otros, con los que surten cada uno de los negocios, sea semanal o quincenal con productos provenientes de Cenabastos en Cúcuta, o en el mismo casco urbano o zona rural, se lleva a cabo en transporte público o de línea, representado en un 42% que usa la ruta pública establecida y avalada por el Ministerio de Transporte que conecta el municipio de Gramalote con la ciudad de Cúcuta, seguido del uso de transporte personal o familiar con un 22%, mientras que un 18% no requiere transporte para su abastecimiento.

Figura 28 Estrategias de comercialización usadas



La figura 28, muestra las fortalezas que tiene cada uno de los propietarios de los establecimientos comerciales al poner en práctica estrategias para ofrecer sus productos y ganar clientes o consumidores. Se destaca que el producto se vende solo, ya que la "estrategia de producto" es la más relevante y está representada en un 31%, seguida de la "estrategia de precio" representada en un 23%, también tenemos que la "estrategia de comunicación" está representada en un 21%, y una estrategia destacable en pocos comerciantes y que se convierte en una fortaleza para estos, es la "estrategia de distribución", con un 12%, ya que es un servicio adicional que prestan los comerciantes y les permite la fidelización de clientes.

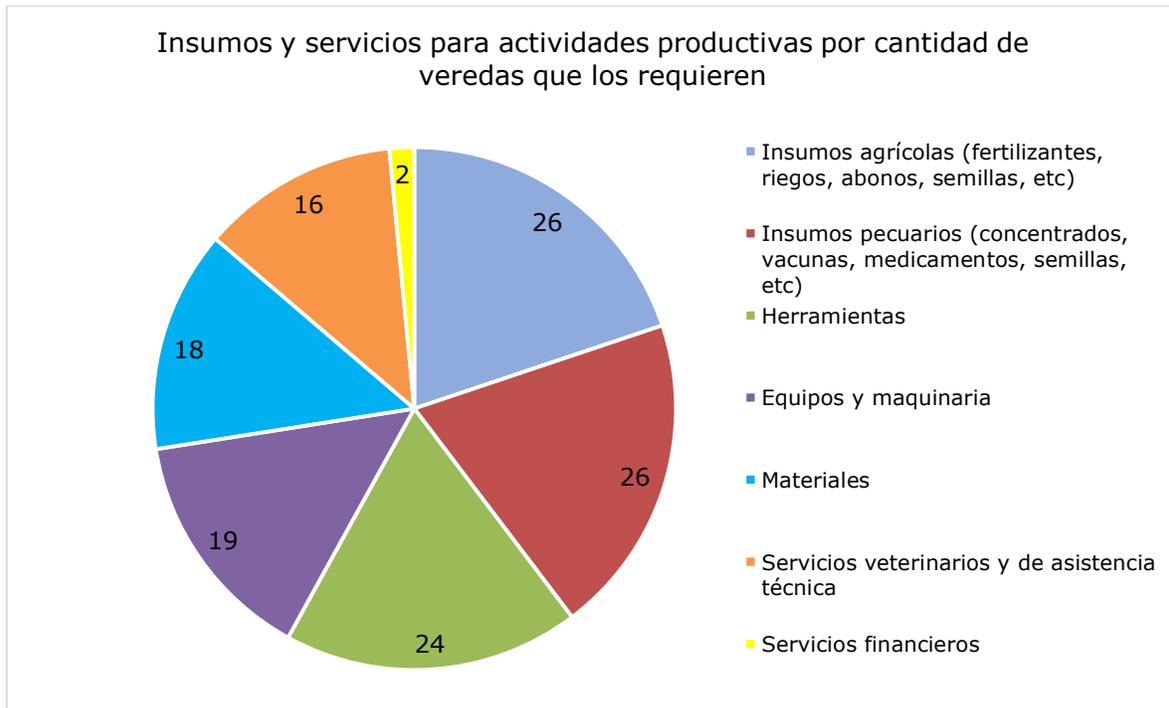
Figura 29 Procedencia de los clientes al mercado local urbano



En la figura 29, se puede observar que la gran mayoría de los clientes o consumidores, siendo el 53% (68 negocios), atienden a clientes de diferente procedencia desde la zona rural, de otros municipios, de varios sectores de la zona urbana o del mismo barrio o sector; lo que refleja que no existe un nicho de mercado definido; sin embargo el 19% (24 negocios) atiende a clientes de varios sectores de la zona urbana, seguido del 12% del mismo barrio o sector, y para concluir queda demostrado que no hay negocios especializados en atención a clientes de zona rural, pero que de igual modo no es un análisis concluyente en la definición de la procedencia de los clientes. A futuro, se podría ver una especialización en el tipo de clientes, en caso de que se dinamice la actividad turística o la llegada de habitante de otros municipios, por la alta oferta institucional que quedará instalada en Gramalote.

2.5.2 Dimensión Rural

Figura 30 Requerimiento de insumos y servicios para las actividades productivas de la zona rural

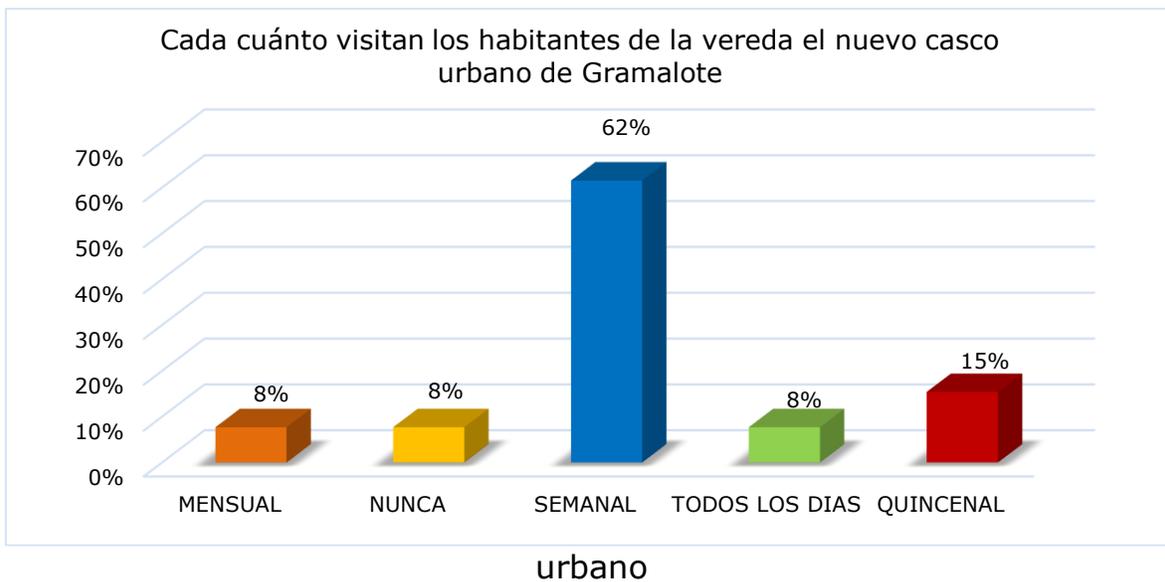


La figura 30, muestra una variada lista de insumos y servicios que requieren los productores de la zona rural para desarrollar sus unidades productivas y generar una nutrida cosecha. Es así como se encuentra que el total de las 26 veredas encuestadas demandan del casco urbano insumos agrícolas, como también insumos pecuarios, conformados principalmente por: semillas, fertilizantes, empaques, insumos para riego y herramientas; dentro de los insumos pecuarios, se requieren concentrados, vacunas, medicamentos, maquinaria y equipos; estos son comprados en el casco urbano, generando comercio activo con cada uno de los establecimientos existentes en el municipio que ofertan este tipo de productos.

De las veredas encuestadas encontramos que 24 de ellas requieren herramientas para sus actividades. Seguidamente, se observa que 19 veredas requieren de maquinaria y equipos necesarios para sus procesos productivos, tanto agrícolas como pecuarios, mientras que 18 veredas

requieren de materiales de construcción. De los servicios requeridos por los productores del área rural, se tiene que los servicios veterinarios y de asistencia técnica, son solicitados por 16 de las veredas encuestadas y que algunas solicitan un servicio complementario, como los servicios financieros.

Figura 31 Frecuencia de visita de los habitantes rurales al nuevo casco

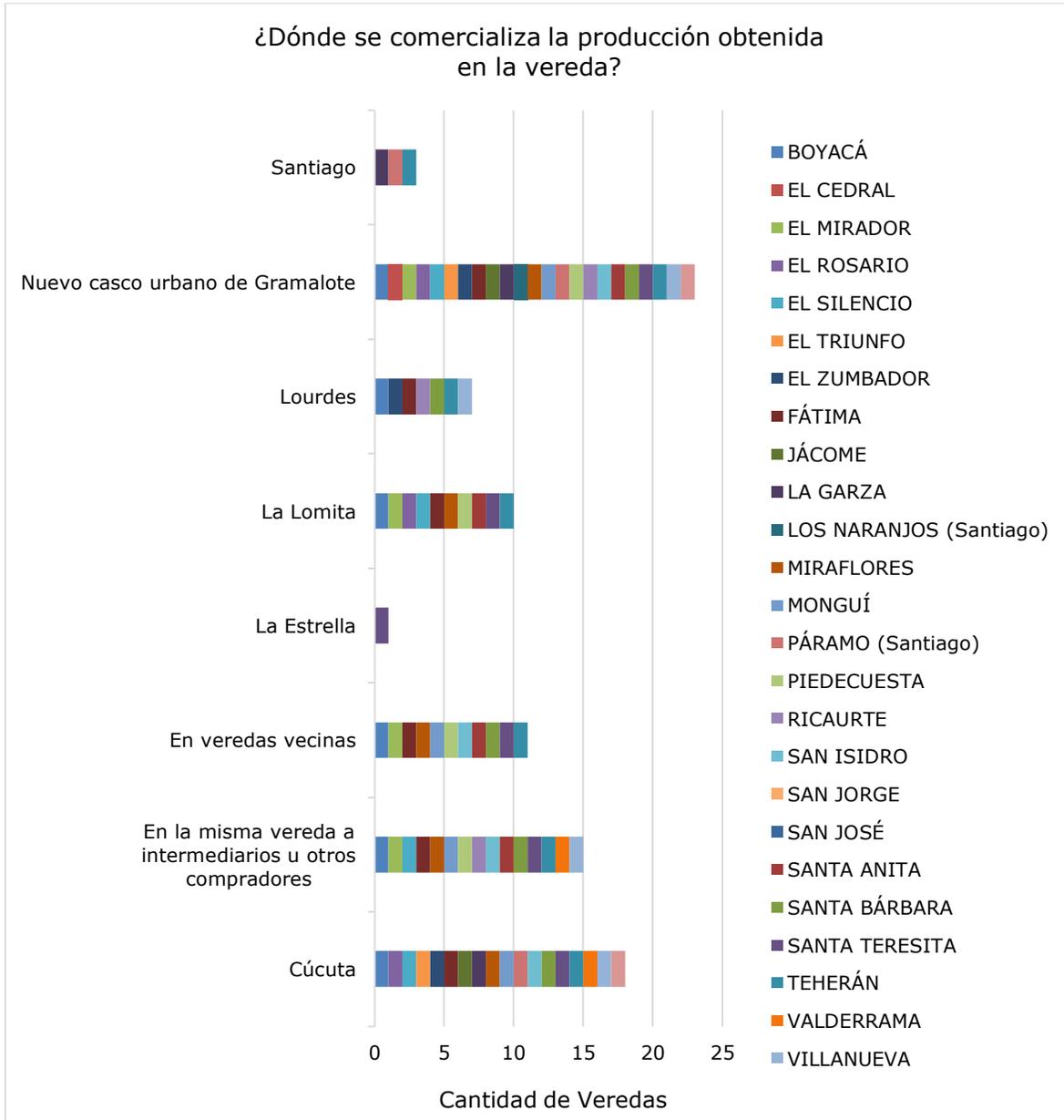


La dinámica urbano rural está liderada por el intercambio de productos que se traen desde el área rural y que se comercializan en la zona urbana. Esta dinámica se lleva a cabo principalmente de forma semanal, representada en un 62%, seguida de una frecuencia quincenal, en la que el sector rural realiza la entrega de productos a los sitios de destino y a su vez compran lo necesario para el consumo, como lo muestra la figura 31.

También se observa que un 8% de la zona rural visita el área urbana para su comercio de forma mensual y todos los días de la semana. Es notoria la importancia del 8% que en la figura representa a las personas que nunca visitan el casco urbano; esta dinámica está justificada por las distancias, dificultades de transporte y otros factores que interfieren el traslado hasta el casco urbano. Cabe destacar que los fines de semana son los días más apetecidos por los habitantes de la zona rural para

desplazarse para hacer sus diligencias y comprar los insumos necesarios para sus sistemas productivos.

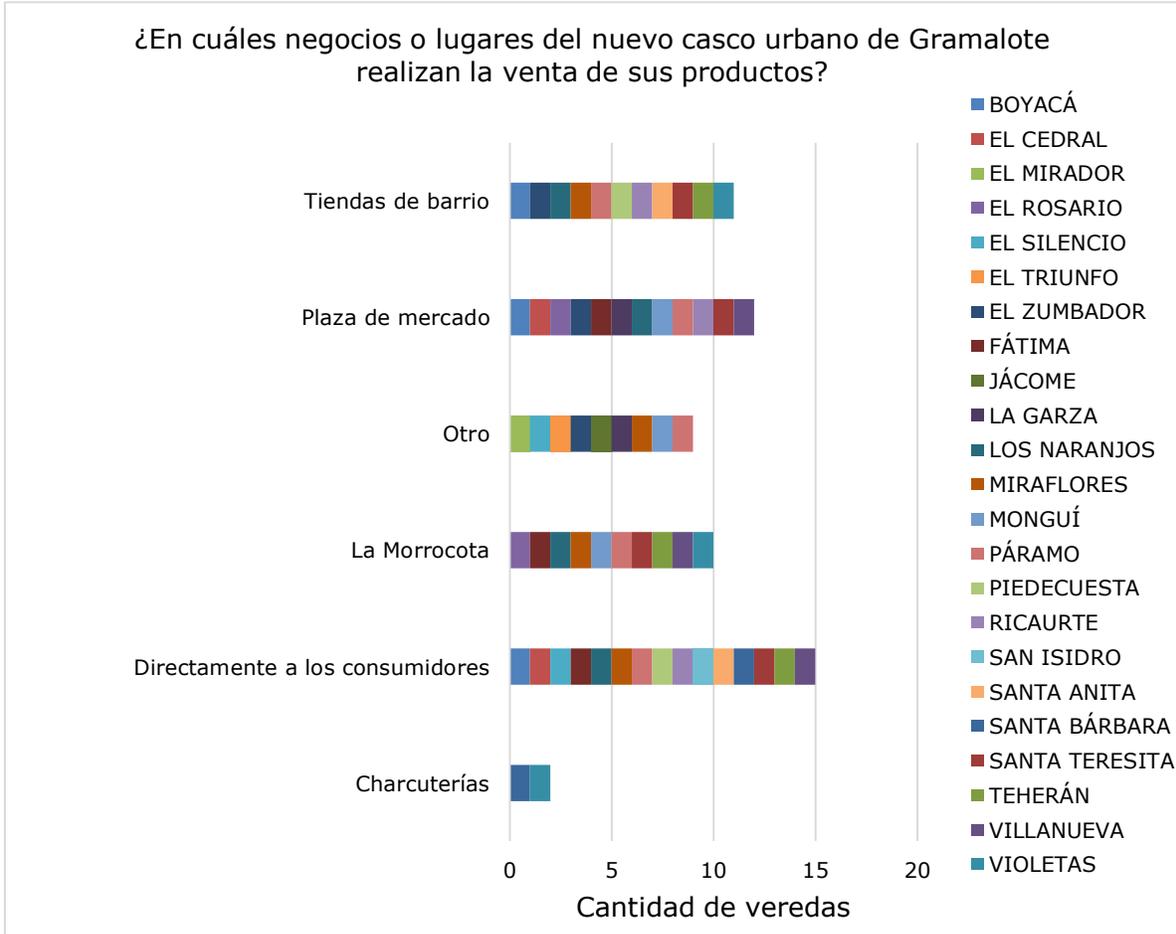
Figura 32 Lugares de comercialización de la producción rural



La figura 32, muestra que la producción obtenida en las veredas, y que corresponde a la cosecha de los cultivos que se desarrollan en cada una de ellas, o al producto de los procesos de transformación, es

comercializada en el nuevo casco urbano de Gramalote, pues veintitrés (23) veredas, de las veintiséis (26) encuestadas, manifiestan tener una dinámica comercial donde venden sus productos y obtienen los insumos necesarios para la producción agropecuaria. La figura anterior, también nos muestra que dieciocho (18) de las veredas encuestadas realizan un comercio activo en la venta de sus productos con destino a la ciudad de Cúcuta, seguido de una dinámica comercial con veredas vecinas, que es una práctica de intercambio comercial destacada en once (11) veredas, donde se vende parte del producido, ya sea directamente al consumidor y/o a intermediarios. Por último, se destaca la importancia comercial que poseen algunas de las veredas con el sector La Lomita del antiguo casco urbano y con los municipios de Lourdes y de Santiago.

Figura 33 Negocios del casco urbano donde los habitantes rurales venden su producción



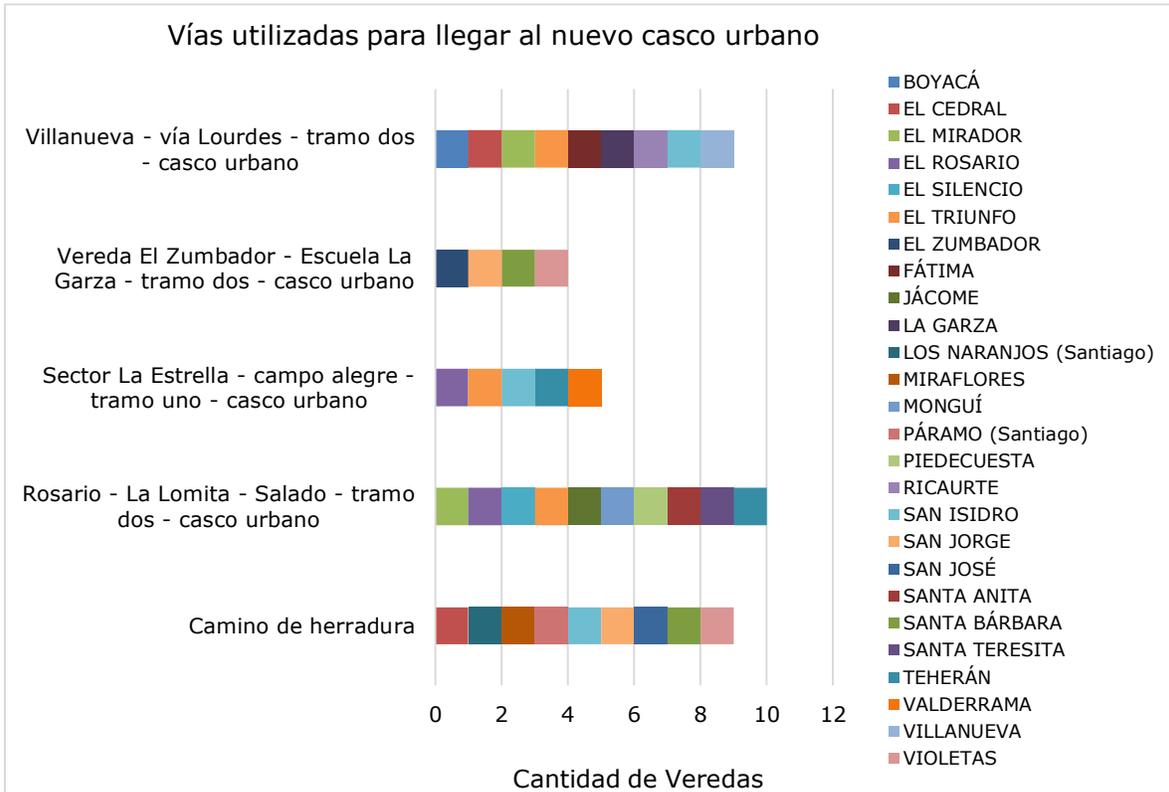
En la figura 33, se observa que la venta de la cosecha que incluye productos como café, banano, frutas, verduras, hortalizas y productos agropecuarios en general, de los que disponen los productores de las diferentes veredas para comercializar en el casco urbano de Gramalote, y que permite un intercambio comercial con la zona urbana, está liderada por la venta directamente al consumidor, pues un alto porcentaje de los productores de las veredas del municipio de Gramalote, 15 veredas en total, incluidas las dos (2) veredas del municipio de Santiago, venden de forma directa a los hogares gramaloteros en sus viviendas, o casa a casa. Esta actividad, se da principalmente los fines de semana.

Otro de los lugares que se convierte en un destino importante para la venta de productos provenientes de la zona rural es la plaza de mercado, ofreciendo un dinamismo económico como motor que apalanca y permite la funcionalidad de la plaza, que busca un mercado funcional y dinámico. Luego se encuentra como destino de estos productos rurales, las tiendas de barrio, que reciben una gran cantidad de productos provenientes de la zona rural y que permiten el aprovechamiento de productos frescos.

Los habitantes de la zona rural identifican como el destino más relevante en cuanto a tiendas a "La Morrocota", pues 10 veredas manifiestan que la mayor parte de sus productos son comercializados en esta. Según la figura 33, hay un considerable número de veredas que eligieron la opción otro; esta opción integra actividades de venta de su principal producto el grano de café, que es vendido en la Cooperativa Catatumbo o en la compraventa de café del señor Andelfo Sandoval, incluyendo en esta lista de otro destino, a intermediarios y a la panadería como principales receptores de productos.

Los siguientes gráficos y estadísticas nos muestran distintas condiciones de conectividad entre el casco urbano y su zona rural; condiciones que son determinantes al momento de poder ejercer un efectivo intercambio comercial y económico entre las distintas zonas que circundan al nuevo casco urbano de Gramalote.

Figura 34 Vías utilizadas para llegar al nuevo casco urbano



Las vías más utilizadas para la conectividad desde la zona rural hasta llegar al casco urbano son, sin duda, las vías terciarias, de las cuales se encuentran importantes tramos de carretables y caminos veredales, algunos construidos por la misma comunidad y otros que son parte de la red terciaria construida por el Municipio, tal como se observa en la figura 34. Estas vías están ubicadas en cada una de las veredas de la zona rural y permiten el tránsito interno, que conecta la zona urbana con la zona rural.

Es así como se observa en la figura anterior que 10 veredas del municipio utilizan la ruta que comunica desde la vereda El Rosario, pasando por el sector La Lomita, sector El Salado, y esta a su vez hace empalme con el tramo dos de la nueva vía, hasta llegar al casco urbano, convirtiéndose en el carretable más usado por la comunidad para comunicarse con el nuevo casco urbano.

Seguidamente encontramos el tramo que viene desde la vereda Villanueva, que recorre gran espacio en placa huella dentro de la misma vereda y que se conecta con la vía secundaria que conduce al municipio de Lourdes, posteriormente con tramo dos, hasta llegar al casco urbano. Por este tramo se movilizan nueve (9) de las 26 veredas encuestadas.

Cinco veredas utilizan la carretera de acceso al municipio, denominada tramo uno, y lo realizan a través de la ruta desde el sector La Estrella, pasando por la vereda Valderrama y llegando de esta forma al casco urbano. Seguidamente se observa otra vía de acceso que corresponde a la opción camino de herradura, que es utilizada por nueve (9) veredas para conectarse con el casco urbano. Los habitantes manifiestan que las vías de comunicación están en regular y mal estado, generando incomodidad para el transporte y el acarreo de sus productos. Adicionalmente, la Alcaldía de Gramalote relaciona los tramos y las longitudes de las vías terciarias en la siguiente tabla:

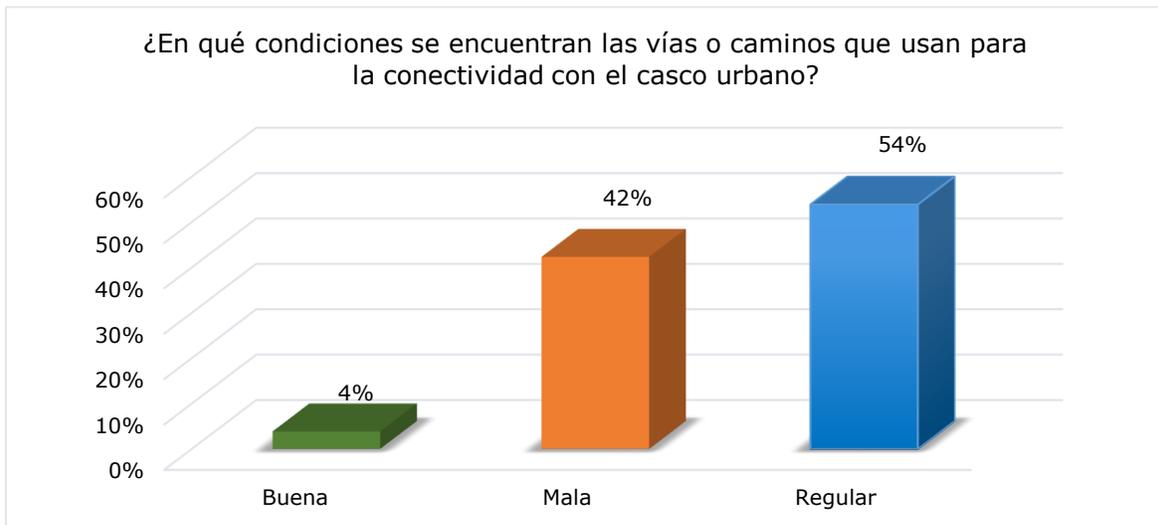
Tabla 12 Recorrido de las vías terciarias y distancia al casco urbano¹⁵

Vía terciaria	Veredas que recorre	Punto de inicio	Punto de llegada	Distancia al nuevo casco urbano (km)
Carretera Valderrama	Valderrama-Miraflores	Puente Cuervo	Finca Pomarroso	12
Carretera Zumbador	La Garza-Boyacá-Violetas-Santa Barbara-Zumbador	Escuela La Garza	Capilla Zumbador	16
Carretera Villanueva	Villanueva- Fátima	Portón Casa Roja	Escuela Villanueva	3
Carretera Miraflores	Miraflores	Entrada Colegio Técnico Agrícola	Nuevo Casco Urbano	4
Carretera Zarzales	Santa Anita-Jácome-El Triunfo-San Isidro	Balustrera Santa Anita	Gruta Virgen De Monguí-San Isidro	6,6
Carretera Monguí	Rosario- Monguí	Finca La Inspección	Escuela Monguí	7
Carretera Teherán	Teherán-Rosario	Finca Encontrados	Rio Peralonzo-Vereda Teherán	7,5

¹⁵ Fuente: Alcaldía de Gramalote. Datos abiertos. 2019. <http://www.gramalote-nortedesantander.gov.co/tema/datos-abiertos>

La tabla anterior relaciona el kilometraje en vías terciarias específicamente referenciado por la administración municipal, más no las condiciones de estas vías; no obstante, en la siguiente figura se presenta el análisis de las condiciones de las mismas.

Figura 35 Condiciones de las vías o caminos para la conectividad con el casco urbano



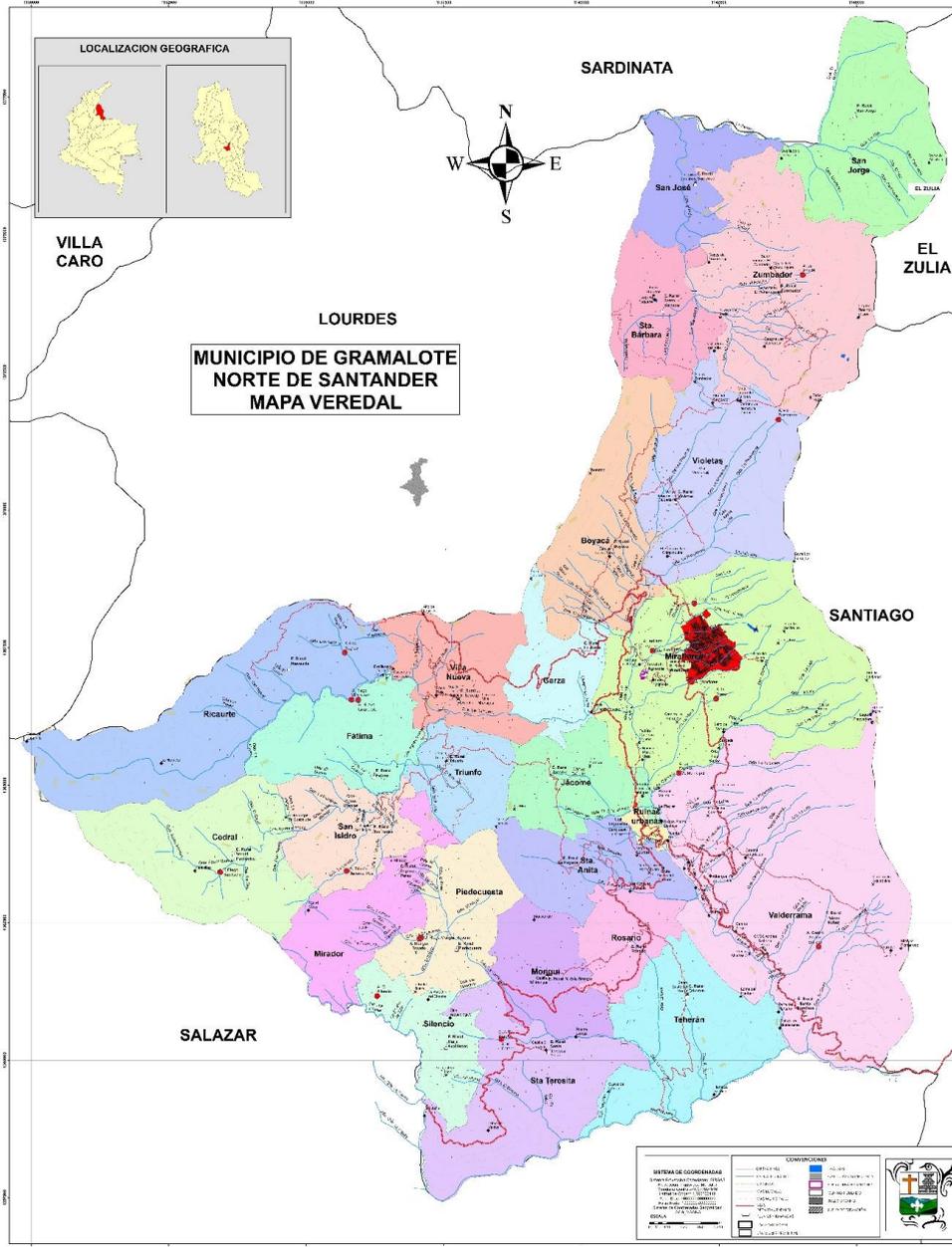
En la figura 35, se puede observar que las vías o caminos de la zona veredal, que conecta a estas con el casco urbano de Gramalote, se encuentran en precarias condiciones, teniendo como referencia que el 54% de estas vías para 14 veredas se encuentran en regulares condiciones, y un 42% (11 veredas), se encuentran en mal estado, a pesar de que se han realizado algunas adecuaciones mediante la construcción de placa huellas, adecuación y mantenimiento por parte de los mismos pobladores en algunas zonas críticas de la vía.

Solo el 4% manifiesta tener la vía de comunicación en buenas condiciones, correspondiente a la vía en la vereda La Garza, que está ubicada sobre la vía secundaria que comunica al municipio de Gramalote con el municipio de Lourdes.

Es importante señalar que, a través de este sistema de vías terciarias y caminos, son transportados los productos cosechados y producidos en las diferentes veredas, los cuales son trasladados hacia algunos centros de acopio acondicionados como bodegas, para almacenamiento y compra del

grano de café, producto que ocupa el primer renglón de la economía del municipio de Gramalote.

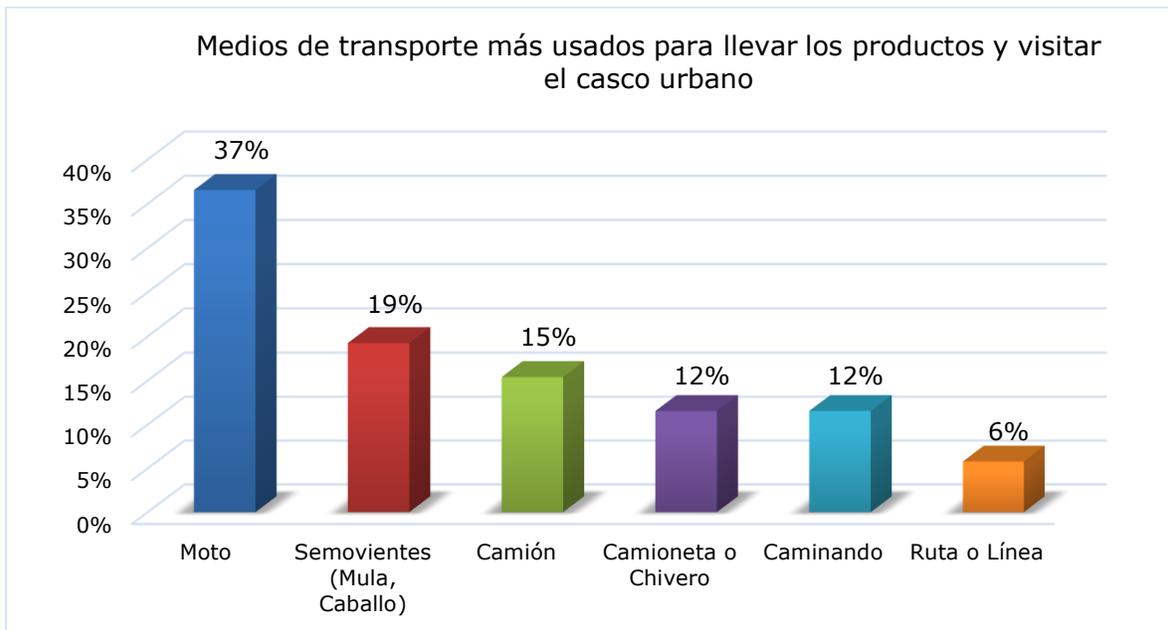
Red vial de Gramalote¹⁶



¹⁶ Fuente: Alcaldía de Gramalote. Mapa veredal.

En el mapa anterior se observa el entramado de la red vial que conecta las distintas veredas de Gramalote y su cabecera, donde se aprecia la vía principal, que es el eje que comprende tramo uno y tramo dos, así como las vías terciarias.

Figura 36 Medios de transporte para llegar y comercializar en el casco urbano



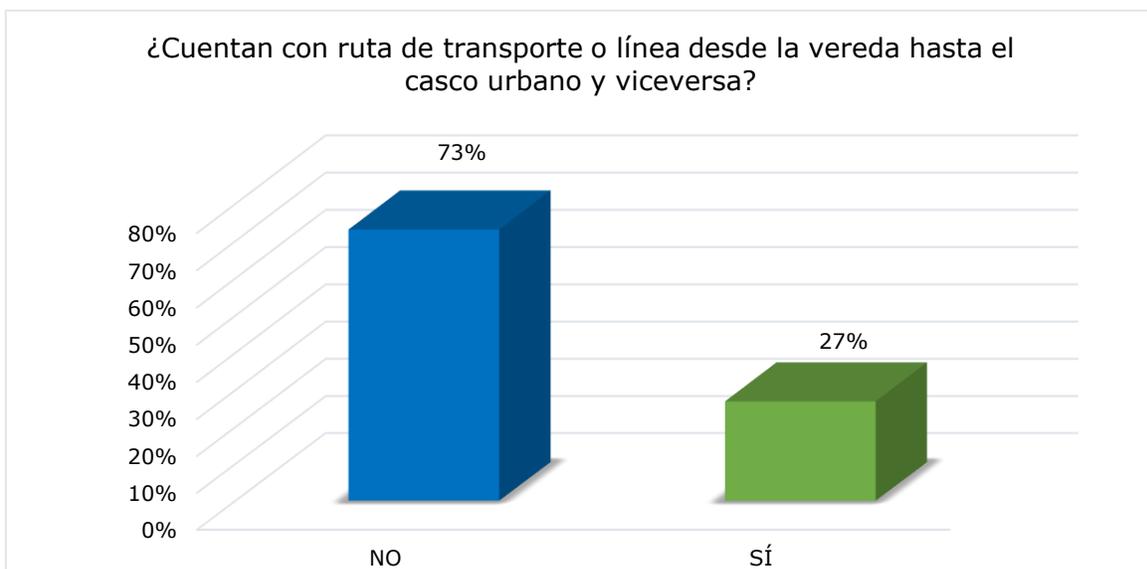
El transporte se define como el movimiento de personas y de carga de un territorio a otro cumpliendo una labor vital, a nivel económico y social, pues de este depende en gran parte la competitividad de la dinámica económica, como herramienta básica para llevar sus productos al alcance de los consumidores.

Según la información, y como se puede apreciar en la figura 36, el medio de transporte más utilizado por los pobladores rurales es la motocicleta con un 37%; este medio es utilizada principalmente para el transporte de personas mas no para transporte de bienes; mientras que el 19% utiliza como medio de transporte semovientes, siendo este otro de los medios tradicionales de transporte de los que se dispone a nivel rural, mediante el uso de mulares y equinos, que además cumplen varias labores de trabajo para el desplazamiento de personas y carga.

Otra de las opciones para trasportarse y desplazar la carga es el uso de camión, con un 15%, siendo este de mayor uso para el transporte de cosechas y/o productos a comercializar con mayor volumen; los medios de transporte: camioneta o chivero y caminando comparten un porcentaje similar de uso siendo este el 12%.

En cuanto a la opción ruta o línea de transporte, solo representa un 6%, siendo esta la opción menos utilizada dentro de las 26 veredas encuestadas, dado que, en la mayoría de estas, no se tienen rutas o líneas establecidas de manera formal, lo que se convierte en una de las principales necesidades de la zona rural, sumado al mejoramiento de vías terciarias, que facilitaría el transporte de sus productos para su posterior comercialización y entrega de los mismos.

Figura 37 Ruta de transporte para llegar de zona rural al casco urbano

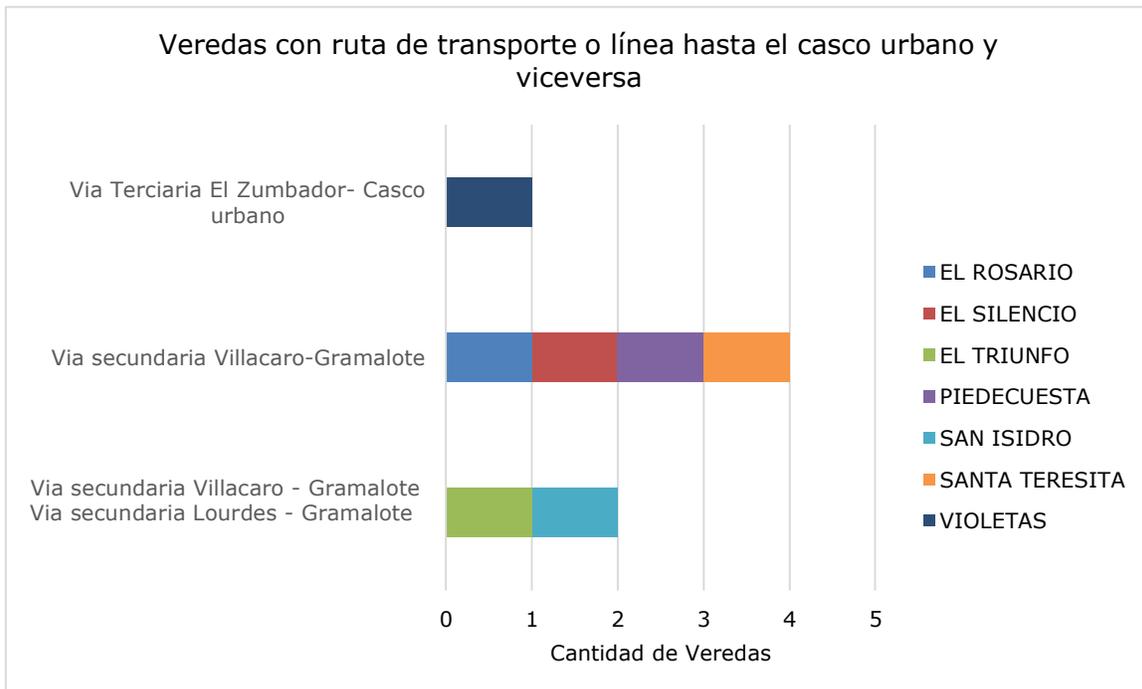


Las veredas de la zona rural que disponen de una ruta de transporte establecida para desplazarse desde la vereda hasta el casco urbano y viceversa son: El Rosario, El Silencio, El Triunfo, Violetas, Santa Teresita, San Isidro y Piedecuesta; correspondiente al 27%, de los cuales manifiestan, disponer el sábado de un camión de carga que se desplaza hasta el nuevo casco urbano y que su punto de partida es un sitio identificado previamente por los habitantes. La hora está acordada también con anticipación, de la cual es conocedora la comunidad.

El 73%, de las veredas, que corresponde a 19 con mayor proporción, incluidas las dos (2) veredas del municipio de Santiago, no disponen de una ruta para el traslado y acarreo de su producción, por lo cual se ven en la obligación de utilizar medios de transporte de índole personal que incluye carros, motocicletas y semovientes.

Como información complementaria a la anterior, en la figura 38 se relacionan las siete (7) veredas que cuentan con una ruta de transporte o línea para comunicarse con el casco urbano de Gramalote. Se puede observar que seis (6) veredas utilizan la misma vía para llegar al nuevo casco urbano. En el caso de las veredas El Triunfo y San Isidro disponen de la vía secundaria Lourdes – Gramalote que los comunica por una vía terciaria, la cual fue construida de manera informal por la comunidad con el objetivo de tener alternativas de conexión con la vía secundaria anteriormente mencionada.

Figura 38 Veredas con ruta de transporte

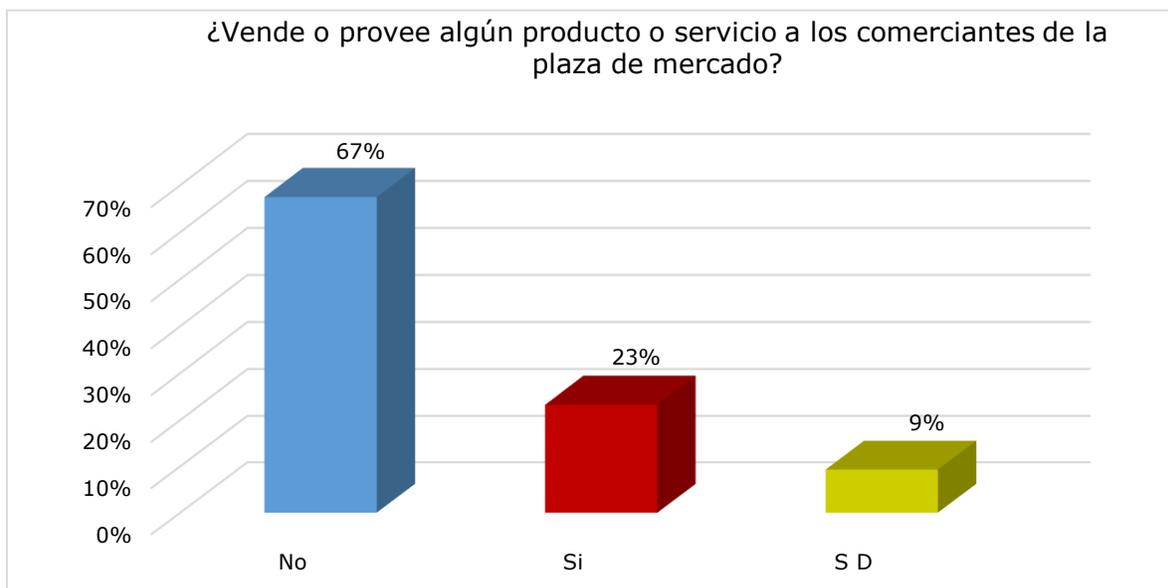


2.6 Relación Urbano - Rural con la Plaza de Mercado

La relación urbano - rural con la plaza de mercado radica en el análisis de la pertinencia en compra y venta de productos, tanto por la población del área urbana como la del área rural. Incluso es importante analizar la frecuencia con que esta población la visita para vender y comprar sus productos; todo esto sumado a analizar la inquietud acerca de los servicios alternativos que les gustaría encontrar en la plaza de mercado, permitiendo con esto encontrar una variada lista de opciones, con el propósito de buscar atractivos comerciales que garanticen la funcionalidad de la plaza de mercado.

2.6.1 Dimensión Urbana

Figura 39 Venta de productos del comercio urbano a la plaza de mercado

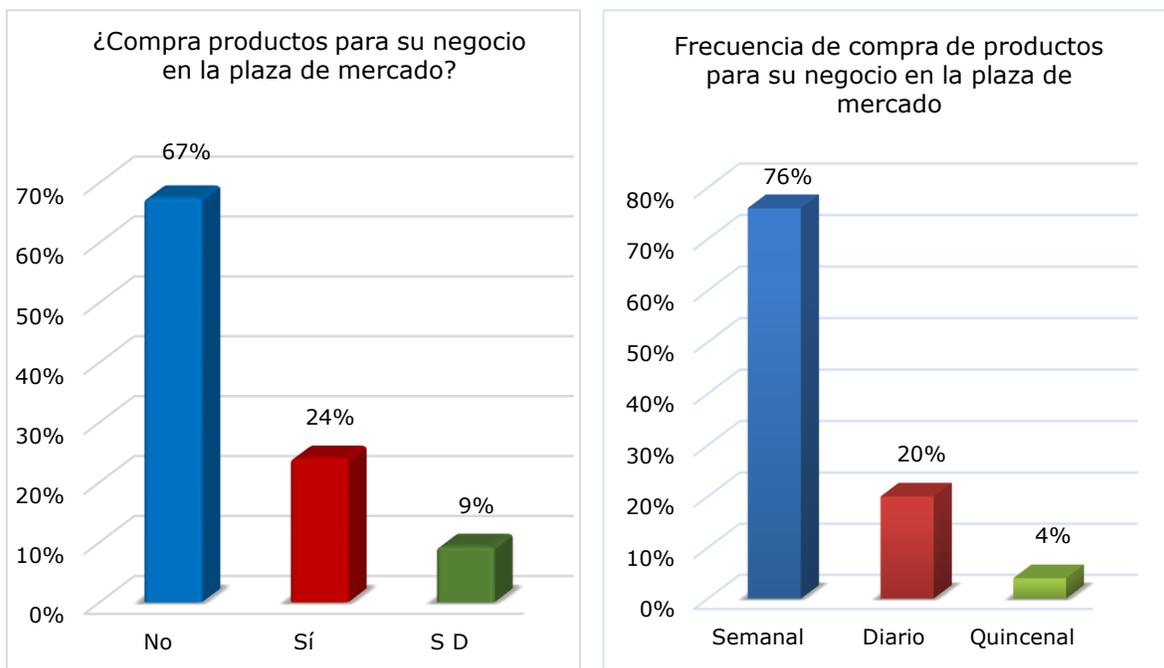


Con respecto a la pregunta "¿vende o provee algún producto o servicio a los comerciantes de la plaza de mercado?", el 67% (87 negocios) respondieron que no realiza ningún tipo de venta a los comerciantes que desarrollan actividad comercial dentro de la plaza de mercado, no obstante, mientras que el 23% (30 negocios) si provén por lo menos algún tipo de producto o servicio a las comerciantes, dentro de los cuales

se relacionan los siguientes: tamales, chorizos, rellenas, yogurt, queso, miel de abeja y carne de cerdo entre otros, siendo estos productos para la venta directa al consumidor final o población en general.

Del 9%, correspondiente a doce (12) negocios, no se tiene dato relacionado, ya que al momento de realizar la visita por los diferentes sectores no se logró encontrar a nadie que brindara la información, sin embargo, este tipo de negocios o actividades comerciales fueron relacionadas e identificadas mediante la toma de datos tales como: ubicación, tipo de negocio, sector en el que se encuentra dicha actividad.

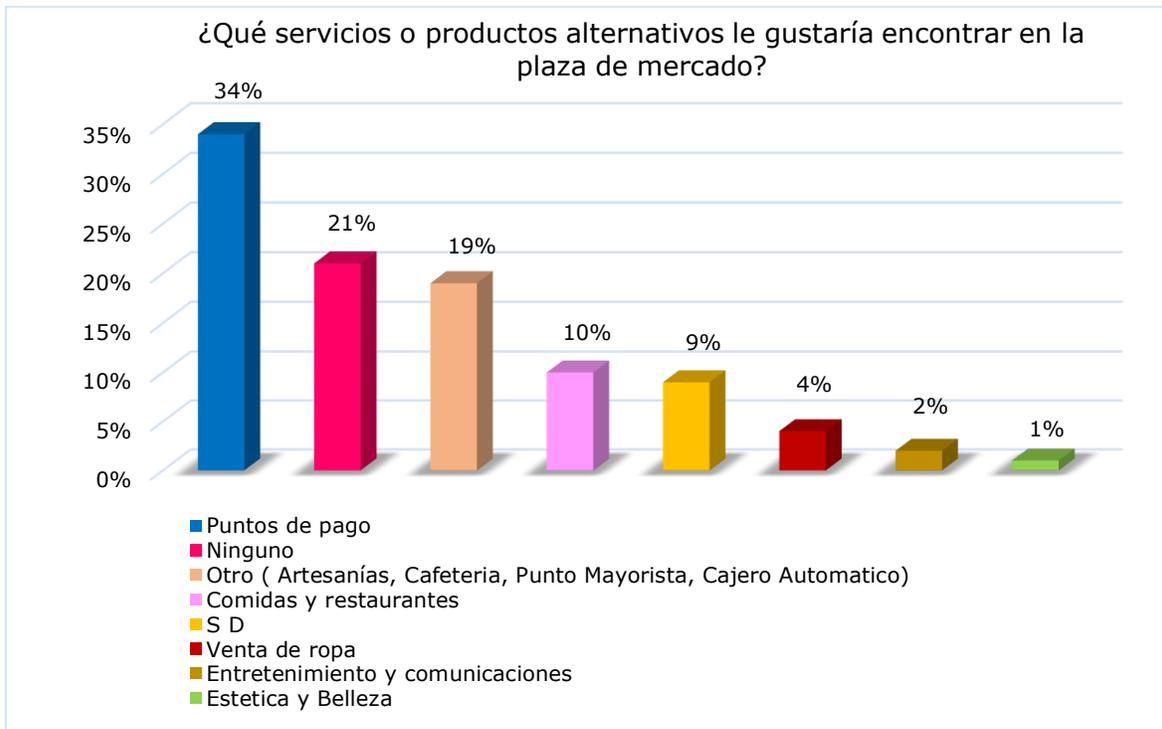
Figura 40 Compra de productos y frecuencia de compra en la plaza de mercado



Con el propósito de analizar la interacción de los establecimientos comerciales del casco urbano con la plaza de mercado, se indagó sobre quienes compran productos en la plaza para surtir sus negocios. Se identificó que el 67%, que corresponde a 87 personas encuestadas, no adquieren ningún tipo de producto; mientras que un 24%, que

corresponde a 30 personas encuestadas, manifiestan que sí compra algún producto en plaza de mercado y que lo hacen con una frecuencia semanal, quincenal y diariamente.

Figura 41 Servicios y productos alternativos potenciales en la plaza de mercado

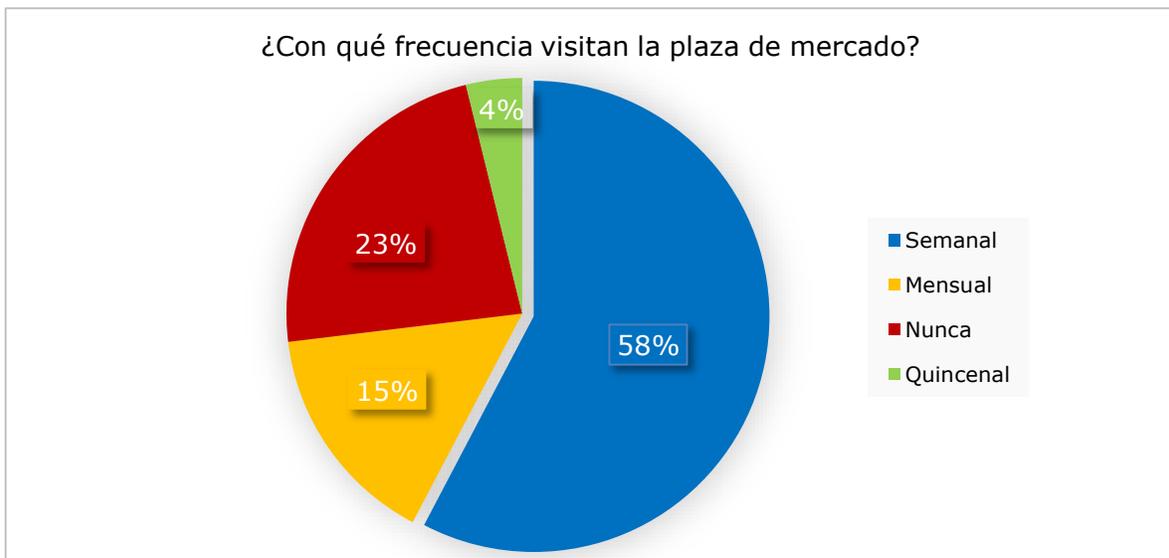


Una oferta variada de servicios alternativos es una de las inquietudes que manifiestan los comerciantes a los que se les aplicó la encuesta y se les preguntó sobre la pertinencia de tener otros servicios en plaza de mercado. La opción "punto de pago" es una de las actividades escogida por la mayoría de las personas a las que se les realizó esta pregunta con una respuesta del 34%, seguida de la opción "ninguno" con el 21%, ya que prefieren que se mantengan actividades tradicionales de las que se vienen desarrollando actualmente. La opción otro, con un 19%, que contiene una lista variada de: cafetería, punto mayorista, dulces de la región, venta de plantas ornamentales, artesanías, entre otros, es tomada como otra opción de preferencia por el gramalotero para encontrar en plaza de mercado.

También se evidencia que un 10% de las personas encuestadas les gustaría encontrar disponibilidad de restaurantes y servicio de comidas, ya que en la actualidad no se ofrece dicho servicio, razón por la cual se debe tener en cuenta la importancia de este sector productivo y/o comercial dentro de la Plaza de Mercado.

2.6.2 Dimensión Rural

Figura 42 Frecuencia de visita de habitantes rurales a la plaza de mercado

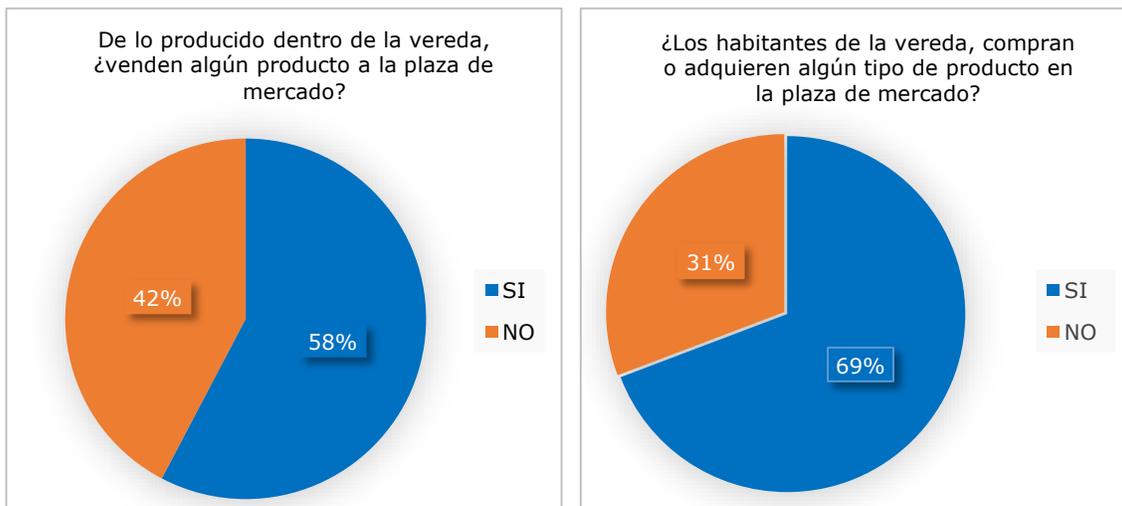


Partiendo de la premisa que las plazas de mercado son escenarios sociales donde suceden relaciones de intercambio e interacción entre compradores y vendedores, en los cuales existen lógicas de mercado y negociación, la figura 42 permite evidenciar que el 58% (15 veredas) visitan la plaza de mercado semanalmente, siendo el sábado y domingo los días de mayor afluencia por los pobladores rurales de las diferentes veredas. Esto se debe a que existe un mercado ya establecido con los comerciantes que desarrollan oferta dentro de la plaza; asimismo, los habitantes de la zona rural obtienen o compran alimentos y productos frescos que no consiguen o cosechan dentro de su vereda.

Por su parte el 23%, correspondiente a seis (6) veredas (San Jorge, San José, Jácome, El Rosario, Santa Bárbara y El Silencio), nunca visitan la

plaza de mercado, debido a que dos (2) de estas veredas, San Jorge y San José, se encuentran alejadas del actual casco urbano de Gramalote y su relación comercial está ligada con el municipio de Sardinata: Las otras cuatro (4) veredas, por cercanía y ubicación estratégica, prefieren realizar la compra de sus productos en el sector La Lomita, ubicada en el antiguo casco urbano, ya que allí se ofrecen productos de primera necesidad. Un 15%, cuatro (4) veredas, prefieren visitar la plaza de mercado mensualmente.

Figura 43 Venta y compra de productos de los habitantes rurales en la plaza de mercado



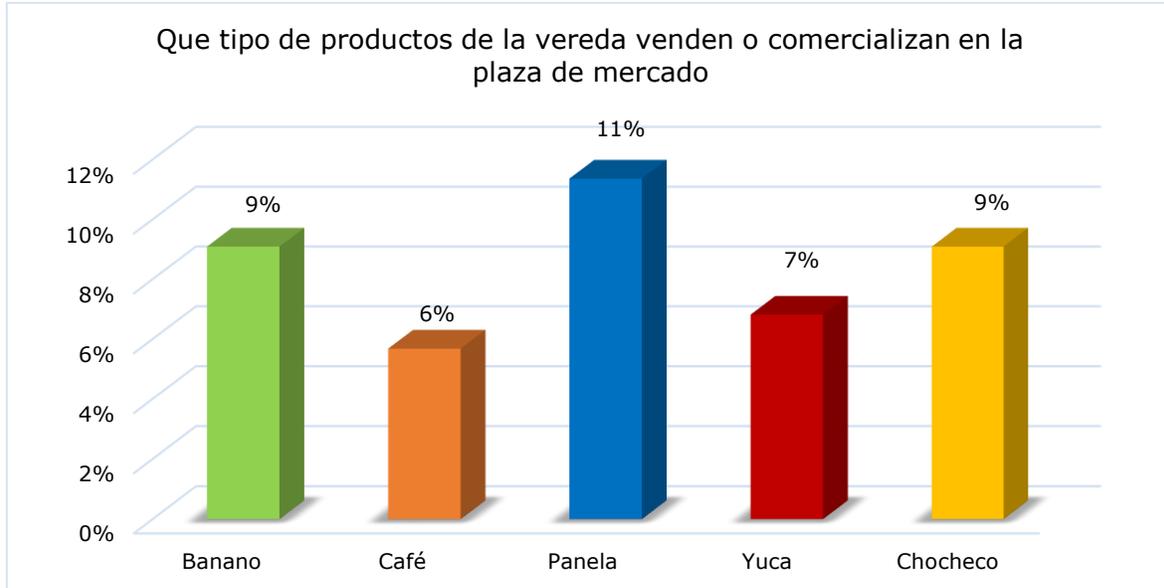
De acuerdo con la figura 43, se puede evidenciar que el 58%, que corresponde a quince (15) veredas encuestadas, venden por lo menos algún producto en la plaza de mercado siendo estos: panela, banano, café molido, frutas en general, chocheco, hortalizas, verduras, pollo en canal, huevos criollos, productos lácteos y sus derivados entre otros; esta actividad se lleva a cabo principalmente los fines de semana (sábado y domingo), días en los cuales los productores rurales realizan la entrega de dichos productos para su comercialización; mientras que el otro 42%, correspondiente a catorce (14) veredas, no realizan ningún tipo de venta de productos a la plaza de mercado, dado que estas venden sus productos a otros clientes, puntos venta y/o directamente al consumidor final.

En la figura referente a la compra se puede observar que el 69% de las veredas encuestadas compran por lo menos un producto en la plaza de mercado, tales como productos cárnicos, panela, maíz, frutas, verduras y hortalizas, que no se producen en la vereda. Además, se generan unas condiciones favorables en bajos precios, variedad de productos, productos frescos, posibilidad de trueque con los comerciantes de la plaza, poca congestión al momento de la compra y la calidad de los productos adquiridos. El otro 31%, ocho (8) veredas que no compra productos en la plaza de mercado son aquellas veredas que por cuestiones de distancia no visitan el casco urbano y en algunas de estas disponen de sitios de abastecimiento de productos e incluso realizan desplazamiento hasta otros municipios cercanos como Lourdes y Sardinata.

En cuanto a las veredas El Silencio y El Mirador su vocación productiva principal es la caficultura y, por ende, todas sus ventas están dirigidas a las compraventas de café. En Teherán el producto principal es la leche, la cual es entregada al centro de acopio ubicado en el municipio de Santiago a través de la ruta de transporte implementada por la Asociación de Ganaderos y Trabajadores de Gramalote Norte de Santander ASOGATRAGANOR a través del proyecto de alianzas productivas perteneciente al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural – MADR.

Para concluir, en las figuras anteriores se evidencia que existe una dinámica comercial entre la oferta y la demanda de productos, que fortalece el intercambio urbano - rural como base de la economía gramalotera.

Figura 44 Productos rurales que se comercializan en la plaza de mercado



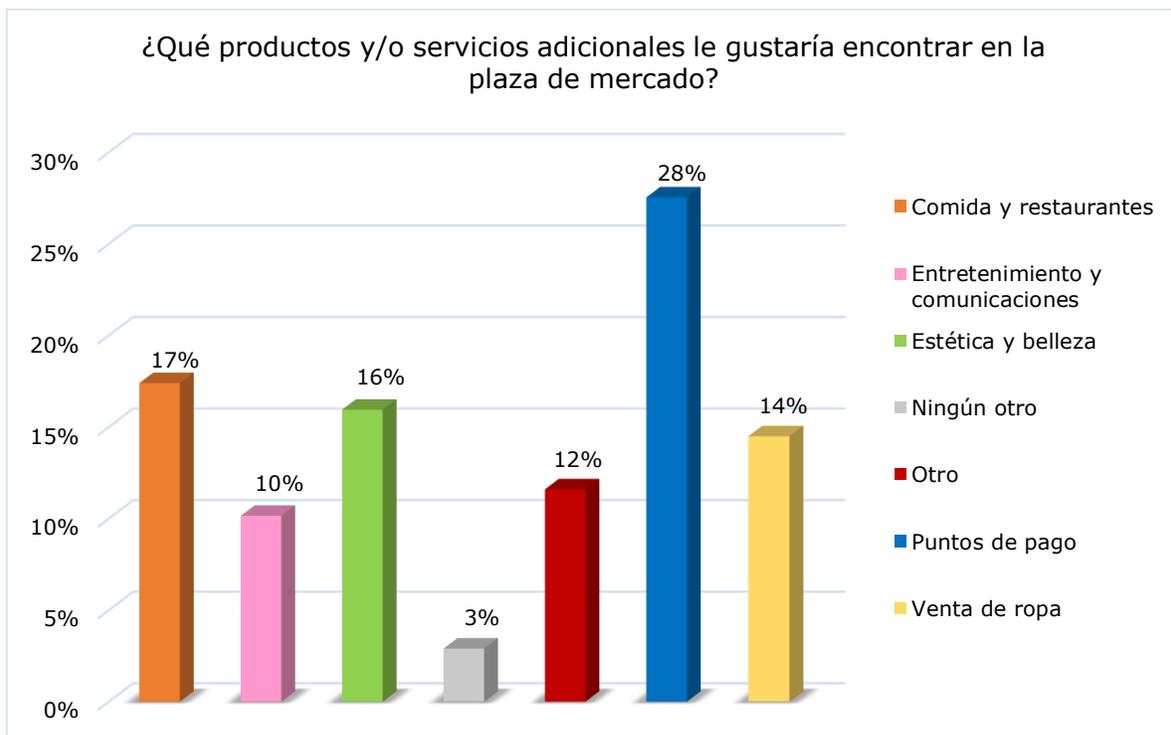
Los principales productos que se producen en la zona rural y que son comercializados en la plaza de mercado se encuentran identificados de acuerdo con la dinámica comercial que se genera en el intercambio urbano – rural. Se encontró que la panela, representada en la figura 44 con un 11%, es el producto que más venden los productores en la plaza de mercado, seguido del banano, representado con un 9%, que hace referencia al producto que se usa para madurar y que se consume en crudo como fruta; paralelo a este, también encontramos la venta de chocheco, con un 9% y que comprende el producto en verde, que es utilizado como *cosepan*¹⁷ en la dieta alimentaria y que complementa el listado de verduras frescas requeridas por la población.

La yuca, es otro de los productos que tiene gran aceptación dentro del sistema comercial de plaza de mercado y ocupa un lugar importante en el sistema comercial, seguido de café molido, que también se encuentra en la lista de los productos priorizados. Además, encontramos gran variedad de productos que, aunque no son muy representativos, hacen

¹⁷ Plátano, chocheco o tubérculos que acompañan la sopa y el seco.

parte del total de los productos que provee la zona rural a plaza de mercado, tales como: verduras, hortalizas (cebolla, cilantro, habichuela, lechuga y apio), lácteos y derivados, huevos, ahuyama, aguacate, frutas como: naranja, lulo, morón, tomate de árbol, y aromáticas entre otros.

Figura 45 Productos y servicios que los habitantes rurales desean encontrar en la plaza de mercado



Se puede destacar en la figura 45, que la opción punto de pago, con un 28%, fue seleccionada por las veredas encuestadas como el servicio más importante para tener disponible en la plaza de mercado, pues manifiestan la idea de que, mientras realizan sus compras, podría pagar algunas facturas de los servicios consumidos. Luego se observa la opción comidas y restaurantes, representada en la figura 45 con un 17% y que hace parte de los servicios requeridos por los visitantes de plaza de mercado. También se encuentra la opción estética y belleza con un 16%.

Como otra alternativa en plaza de mercado se encuentra la opción de venta de ropa, seguida de la opción otro, que hace referencia a actividades como artesanías, cajero automático. Cabe resaltar que en un

bajo margen de selección se encuentra la opción “ninguno” graficada con un 3%, y representa el interés de los productores, porque su plaza de mercado permanezca con una funcionalidad tradicional.

2.7 Proyección de negocio

Este apartado describe un análisis de la proyección y oportunidad que se tiene respecto a la presentación de posibles ideas o planes de negocio que se presentarán a nivel Urbano y Rural dentro de la implementación del proyecto de Reactivación Económica para el municipio de Gramalote.

Para esta proyección se tendrá en cuenta el trabajo de campo realizado mediante el levantamiento de información a través de la aplicación de dos (2) encuestas denominadas, Economía Urbana, la cual fue aplicada a aquellos establecimientos comerciales y/o emprendimientos existentes en la zona urbana y que, a su vez, mediante esta se identificara aquellos emprendimientos que requieran un lote comercial para la implementación o traslado de su negocio.

Y la segunda, Economía Rural, aplicada en las veinticuatro (24) veredas del municipio de Gramalote y a dos (2) veredas más (Paramo y Los Naranjos), pertenecientes al municipio de Santiago, estas sumadas a la observación y análisis documental que servirá como insumo para la posible proyección de ideas y planes de negocios, según las actividades existentes en el antiguo casco urbano y aquellas que se identifican como necesidad para crear una dinámica económica, las cuales serán revisadas y priorizadas teniendo en cuenta la vocación productiva y las particularidades del municipio.

2.7.1 Dimensión Urbana

Tabla 13 Proyección de mejora y crecimiento de los negocios urbanos actuales

Posibilidades de ampliación identificado por los distintos negocios ¹⁸		
Nº	Opción	Cantidad
1	En bienes (mercancías y enseres)	83
2	Montaje e implementación en un lote comercial	41
3	En espacio usado (tomar más espacio del inmueble o construir)	28
4	Mantenerse igual	12

Respecto a los actuales negocios ubicados en el nuevo casco urbano, se observa en la tabla anterior que cuarenta y uno (41), de estos visualizan una posibilidad de implementar o trasladar su negocio a un lote comercial de los que está disponiendo el Fondo Adaptación para la reactivación económica de Gramalote. Esto quiere decir que casi una tercera parte de los actuales negocios busca la oportunidad de crecimiento y restablecimiento en un espacio que ofrezca condiciones más adecuadas para el desarrollo de una y/o su actividad productiva.

Por otro lado, es interesante ver que veintiocho (28), de los negocios encuestados desean construir o mejorar el espacio que actualmente usan, es decir, adecuar la vivienda donde tienen su actividad productiva. Dada esta estadística, se recomienda que la convocatoria a ideas de negocios apoye estos emprendimientos, y a aquellas que deseen fortalecerse en su lugar actual de actividades. Este deseo puede deberse a que ya cuentan con un negocio y una clientela en el sector que les procura alguna estabilidad y/o posibilidades de mejoramiento en el lugar donde funcionan actualmente.

¹⁸ Esta tabla fue diligenciada mediante una pregunta con respuesta múltiple, por lo que la suma de las 4 opciones no es 129 (negocios totales), sino el total de respuestas recibidas; es decir, una persona puede visualizar el crecimiento de sus negocios mediante varias vías u opciones.

La cifra más importante que muestra la tabla anterior es un total de ochenta y tres (83) negocios que buscan mejorar a través de la adquisición de mercancías o enseres requeridos para el desarrollo de su actividad; esto quiere decir, que buscan recapitalizarse para dar respuesta a su demanda y tener mejores condiciones y disponibilidad del productos o servicio que ofertan, entre otras estrategias que pueden implementar al recapitalizarse¹⁹.

En este apartado del presente documento se analizan de manera general estas posibilidades o proyecciones de negocios, mientras que, en el capítulo tres (3), se desglosará dicho análisis por tipos de negocios y por ubicación, a partir de un análisis de densidades de negocios y de ubicación de los mismo en el nuevo casco urbano.

2.7.2 Dimensión Rural

Desde la dimensión rural se analiza y proyecta la cantidad de productos más representativos de la zona rural del municipio de Gramalote; tanto de producción básica, como de producción transformada. Se identifican productos principales como: café, caña, plátano, granos y frutales que hacen parte del renglón agrícola y que representan la productividad que permite el sostenimiento de la economía local.

Desde el área pecuaria; encontramos variedad de explotaciones, que van desde el sector ganadero y de especies menores en la línea vacuno, porcino y avícola, como producto base y que permiten hacer una proyección para realizar procesos Agroindustriales.

La línea de productos transformados tiene una lista variedad de bienes que permite la comercialización de productos como: café, panela, plátano, cárnicos, frutas, productos lácteos y sus derivados, y otros que se encuentran en menor proporción como las conservas, postres, miel, artesanías, entre otros, pero que hacen parte de esas dinámica productiva y comercial.

¹⁹ En este caso recapitalización se toma como el poder abastecerse con mercancías y enseres, dado que el Proyecto no contempla la entrega de dinero en efectivo, sino en bienes.

Tabla 14 Líneas de negocios identificadas en la zona rural

Productos y líneas de negocio representativos desde la Zona Rural para transformación y comercialización		
N°	Principales productos agropecuarios	Líneas de productos transformados, derivados y para comercialización
1	Café	Café pergamino y molido
2	Caña	Panela y derivados
3	Plátano (chocheco, banano, hartón, dominico)	Comercio de plátano postcosecha
4	Frutales (citricos, aguacate y frutas de clima frio)	Comercio de fruta madura Conservas Licores artesanales
5	Hortalizas y verduras	Comercio productos Fruver Conservas
6	Granos (maiz, frijol, arveja)	Comercio de granos
7	Leche entera	Lácteos y derivados (quesos, mantequilla, requesón, yogurt, arequipe)
8	Ganado vacuno, porcino, aves	Cárnicos y embutidos, marroquinería
9	Otros	Miel Pan artesanal Postres Artesanías en fique

En esta tabla se enumeran distintos productos, tanto para las posibilidades de una comercialización en bruto, sin procesamiento alguno, lo cual ya se da en cierta medida entre la zona rural y el nuevo casco urbano de Gramalote, y con otros municipios; como también para las posibilidades de transformación y de generación de valor agregado a partir de procesos industriales que se pueden establecer en la zona urbana; lo cual permitiría potencializar en el nuevo casco urbano puntos de transformación, expendio y distribución hacia otros lugares.

Es decir, se propone que la transformación y la comercialización vayan de la mano, procurando el establecimiento de emprendimientos de este tipo en el nuevo casco urbano. Esto se posibilita también gracias a que estos productos aquí referidos, ya cuentan con una dinámica de producción y sus productores tienen experiencia en el desarrollo de estos.

En este sentido, aquí se evidencian ventajas competitivas del territorio y de sus productores con base en el conocimiento o *know How*, que dejan ver una serie de capacidades y habilidades de dichos productores, y que sería un punto a favor en cuanto a la probabilidad de éxito de ideas de este tipo. La idea de reconocer un *know How* de base agraria y campesina, permite comprender la posibilidad de aprovechar ventajas comparativas y competitivas, así como aprovechar opciones de comercialización y promoción de productos a partir de la denominación de origen, con base en la historia de la tragedia Gramalote.

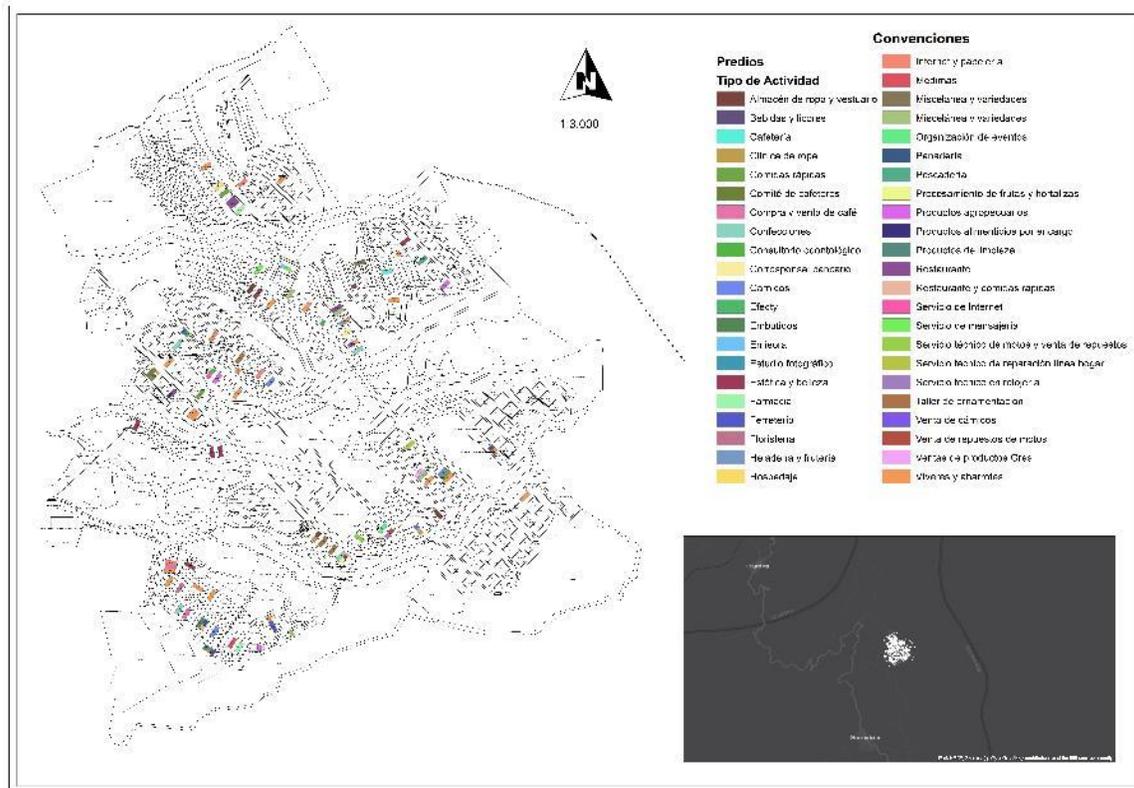
Es así como se puede estrechar el vínculo urbano rural, del que se habla en el presente contrato, a partir de innovación con base en producción tradicional y algunos proyectos pequeños que ya están en funcionamiento y que cuentan con algún nivel de experiencia y de capacidad.

Finalmente, un aspecto relevante, es que Gramalote cuenta con el Instituto Técnico Agrícola, y con una base de población capacitada en la producción de distintos productos derivados de insumos o productos agropecuarios. La relación entre lo urbano y lo rural en Gramalote, siempre se ha tenido, solo se vio afectada por la tragedia, pero la base continua y es una fortaleza para lograr el establecimiento de ideas de negocio exitosas.

3 ANÁLISIS GEOESPACIAL DE LA ECONOMÍA LOCAL

3.1 Ubicación geográfica de los negocios urbanos

Figura 46 Mapa de negocios urbanos por tipo de actividad



En el anterior mapa se muestra las ciento veintinueve (129) unidades productivas identificadas, y discriminadas por treinta y cinco (35) tipos de actividades principales. Dicho mapa se puede explorar mediante el aplicativo de ArcGIS online, en donde se puede revisar con detalle y con el uso de distintas capas, la información económica del nuevo casco urbano.

3.2 Visores geográficos del análisis espacial en el aplicativo ArcGIS online

Para el presente análisis espacial se desarrolló una serie de cartografía, que tomó como base la cartografía oficial vigente de la Alcaldía de Gramalote y de Datos Abiertos nacionales, y se cruzó con la información

levantada en campo a través de las encuestas de *economía urbana* y de *economía rural*.

Con el fin de permitir una navegación interactiva se crearon, a partir de una cuenta institucional de la Fundación Socya con ESRI Colombia (empresa matriz del software ArcGIS), tres (3) aplicativos o visores distintos, que contienen información económica relacionada a una ubicación geoespacial. Cada uno de estos visores es temático y comprende información que es de utilidad permanente para la toma de decisiones acerca de los tipos de proyectos productivos que se debe apoyar, complementando así los criterios técnicos de selección de dichos emprendimientos, establecidos por el Fondo Adaptación.

Se cuenta con tres (3) links de acceso, con distinta información temática y georreferenciada:

Visor 1: General

<http://fundacionsocya.maps.arcgis.com/apps/Styler/index.html?appid=e4d8b7dc0d85245ea8c0338154990d3d5>

En este visor se encuentra la información de todos los negocios con atributos específicos de cada uno, tales como nombre del propietario, dirección, teléfono de contacto, inmuebles en alquiler, datos socioeconómicos, lotes comerciales, equipamientos, entre otros datos generales como el sector o barrio al que pertenecen, lo que permite de manera cartográfica entender el contexto económico del nuevo casco urbano.

Visor 2: Negocios tipo

<https://fundacionsocya.maps.arcgis.com/apps/Styler/index.html?appid=5cacd67ad8e84d3b839793e82a2edf70>

En el segundo visor se puede observar una ubicación de los negocios según su clasificación por tipo de actividades generales. Para este visor se tomaron clasificaciones de negocios que tuvieran tres (3) o más unidades productivas presentes en el nuevo casco urbano, dado que aquellos tipos que solo muestran dos o un negocio en el casco urbano, no presentan una densidad representativa. En total son doce (12) tipos

principales de actividades productivas o comerciales identificadas y graficadas cartográficamente.

Visor 3: Densidades negocios Gramalote

<https://fundacionsocya.maps.arcgis.com/apps/ImageryViewer/index.html?appid=4c1df7a502c345a780d19e6c5f06b086>

Este último visor permite visualizar las áreas donde se aglomeran distintos tipos de negocios y su influencia en rangos de densidades. Su funcionalidad radica en poder conocer aquellos sitios donde se encuentra una saturación de ciertos tipos de establecimientos, y que se recomienda que allí no se implemente nuevas actividades comerciales; los lugares donde hay ausencia de específicos tipos de establecimientos, y se necesitaría la presencia de nuevos; o, los lugares que podrían especializarse en ciertos tipos de negocios, tomando en cuenta otras variables espaciales y visibles, como los equipamientos urbanos, los lotes destinados para la reactivación económica, las vías o las zonas verdes (zonas de protección ambiental).

En el siguiente apartado, se profundiza en el análisis de densidad, como técnica central para el análisis espacial de las condiciones territoriales económicas del nuevo casco urbano.

3.3 Análisis espacial de densidades de actividades económicas en el casco urbano de Gramalote

En este apartado se realiza un análisis de densidades de los distintos tipos de actividades económicas que se encuentran en negocios o unidades productivas en el nuevo casco urbano de Gramalote. Dicho análisis toma como punto de partida la cantidad de negocios, su ubicación geográfica o georreferenciación y su clasificación por tipos y por los distintos sectores (barrios), usando el software *ArcGIS* y la técnica de densidades de *Kernel*.

Esta técnica permite marcar áreas donde se aglomeran más entidades (negocios en este caso) y donde es menor dicha saturación, diferenciando con colores la medida de dicha aglomeración. Los colores oscuros mostrarán mayor densidad y los más claros, hasta el blanco, menor densidad, en perímetros determinados en metros cuadrados a la redonda de un negocio o grupo de negocios.

Para el presente análisis se tomaron un total de ciento veintinueve (129) negocios o unidades productivas identificadas durante los meses de junio y julio de 2020. Estas unidades se clasificaron en treinta y cinco (35) actividades económicas distintas. Cabe resaltar que dichas unidades productivas a su interior incluyen especificidades de cada negocio, y no se limitan a un mismo tipo de negocio por tipo de actividad económica, sino que ofrecen también productos y servicios complementarios en distintos casos. No obstante, la clasificación aquí propuesta, estandariza y agrupa actividades similares o de una misma línea productiva, y así permite el análisis por tipologías y ubicaciones y por densidades espaciales significativas.

La siguiente tabla muestra la clasificación de estas ciento veintinueve (129) unidades productivas en los treinta y cinco 35 distintos tipos de actividades económicas:

Tabla 15 Total de unidades productivas por tipo de actividad económica

Tipo de actividad económica principal		Total negocios por tipo de actividad económica
1	Víveres y abarrotes	28
2	Restaurante y comidas rápidas	13
3	Estética y belleza	11
4	Miscelánea y variedades	9
5	Confecciones y clínica de ropa	7
6	Cárnicos y embutidos	6
7	Internet y papelería	6
8	Cafetería y heladería	4
9	Servicio de mensajería, giros y juegos de azar	4
10	Hospedaje	3
11	Productos agropecuarios	3
12	Taller de ornamentación	3
13	Almacén de ropa y vestuario	2
14	Compra y venta de café	2

15	Consultorio odontológico	2
16	Corresponsal bancario	2
17	Farmacia	2
18	Ferretería	2
19	Procesamiento de frutas y hortalizas	2
20	Servicio técnico - electrodomésticos	2
21	Servicio técnico - motos	2
22	Comité de cafeteros	1
23	Consultorio jurídico	1
24	Emisora	1
25	Estudio fotográfico	1
26	Gimnasio	1
27	Medimás	1
28	Organización de eventos	1
29	Panadería	1
30	Servicio técnico - relojería	1
31	Servicios pre - exequiales	1
32	Taller de ebanistería y carpintería	1
33	Venta de electrodomésticos	1
34	Venta de material construcción	1
35	Venta de repuestos de motos	1
Total negocios o unidades productivas		129

En esta tabla se pueden observar tipos de actividades con mayor representatividad dentro del casco urbano, como lo son las de *viveres y abarrotes, restaurantes y comidas rápidas*, establecimientos de *estética y belleza* (peluquerías y otros), *misceláneas y variedades* y las *confecciones y clínicas de ropa*.

Para el presente análisis se tomaron los tipos de negocios que tienen una presencia de tres (3) o más unidades productivas dentro del casco urbano. Sobre estos se desarrollan recomendaciones para el proceso de

reactivación económica, también basadas en las conclusiones que nos muestra el capítulo 2 acerca de las condiciones productivas actuales de Gramalote.

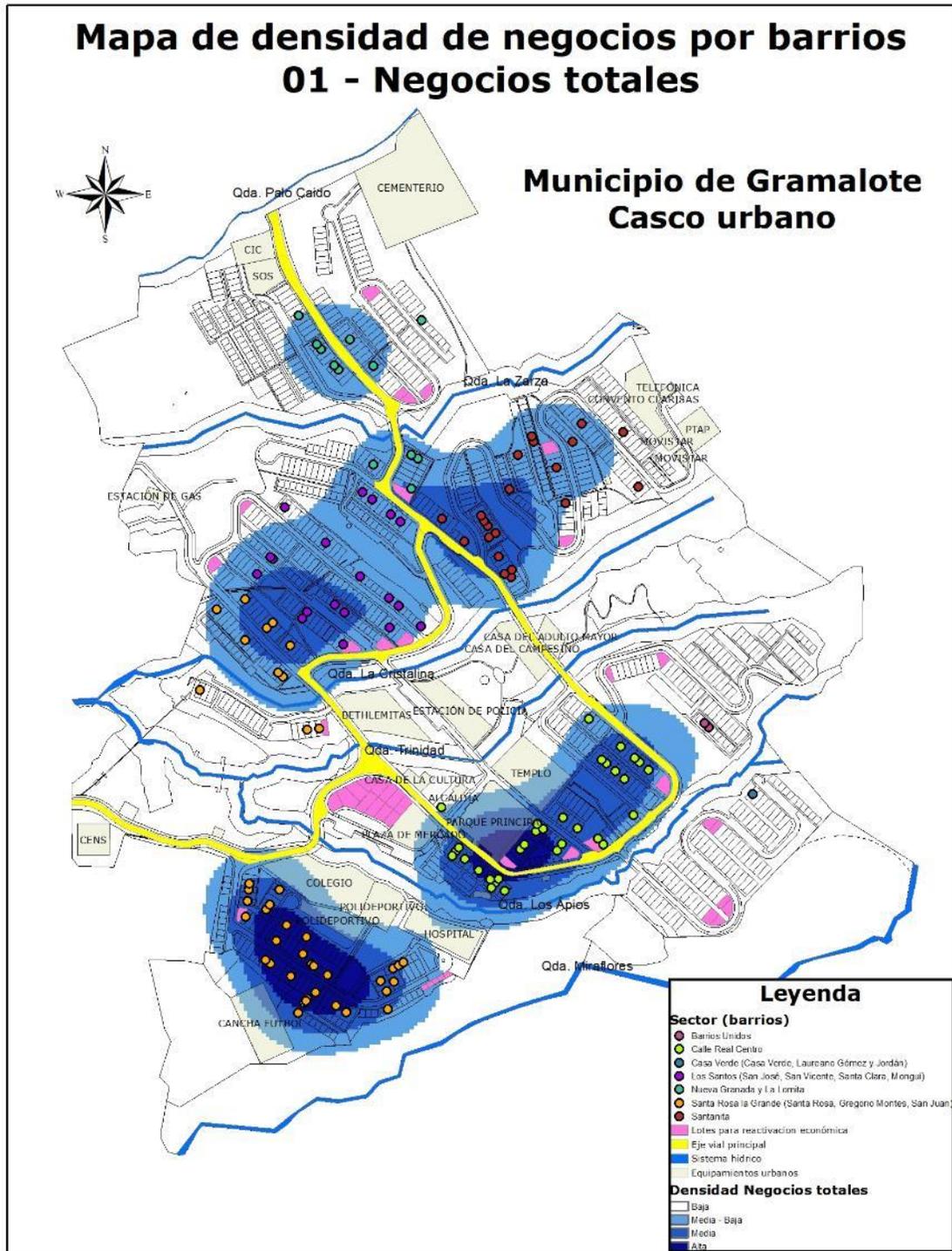
Las demás unidades productivas, que solo tienen presencia de 1 o 2 negocios por cada tipo de actividad, se evalúan bajo la premisa o posibilidades de que se establezcan más negocios de esos tipos, dado que en sí no generan una saturación o exceso de oferta para la actual demanda gramalotera y/o regional.

En este grupo se encuentra otro tipo de negocios o establecimientos que responden más a tipos institucionales, tales como la IPS de Medimás que opera en el casco urbano o el Comité de Cafeteros. Pero también se presentan otro tipo de negocios que reflejan una dinámica económica incipiente y que dan cuenta de otras necesidades o de la presencia de más establecimientos de esos tipos.

Los tipos de negocios que se va a tomar para el análisis de densidades son entonces los primeros doce (12) relacionados en la tabla anterior y en el orden en que aparecen. Dicho orden no responde a un nivel de importancia en cuanto a su participación económica local, sino solamente al número de establecimientos.

Inicialmente se evalúa la densidad general de todos los negocios o unidades productivas existentes en la actualidad en el casco urbano, según su distribución por los distintos barrios (estos sectores barriales fueron reconocidos y delimitados por la comunidad).

Figura 47 Densidad de los negocios totales del casco urbano



En este mapa de densidad del total de ciento veintinueve (129) negocios se observan varios puntos en los que convergen los distintos tipos de negocios. Tomando en cuenta que gran parte la economía local se estructura alrededor de los negocios de comercio y servicios, es decir, del sector terciario, se puede hablar de zonas de comercio que se han conformado con el paso del tiempo y de la paulatina ocupación del nuevo casco urbano.

Una primera zona de comercio que se observa es el sector de Santa Rosa la Grande. Como se explicó en el capítulo anterior, este fue el primer sector que comenzó a ocupar el casco urbano, lo que se ve reflejado en el número de negocios y una alta densidad de estos. Este es el sector que tiene una zona más amplia de alta densidad.

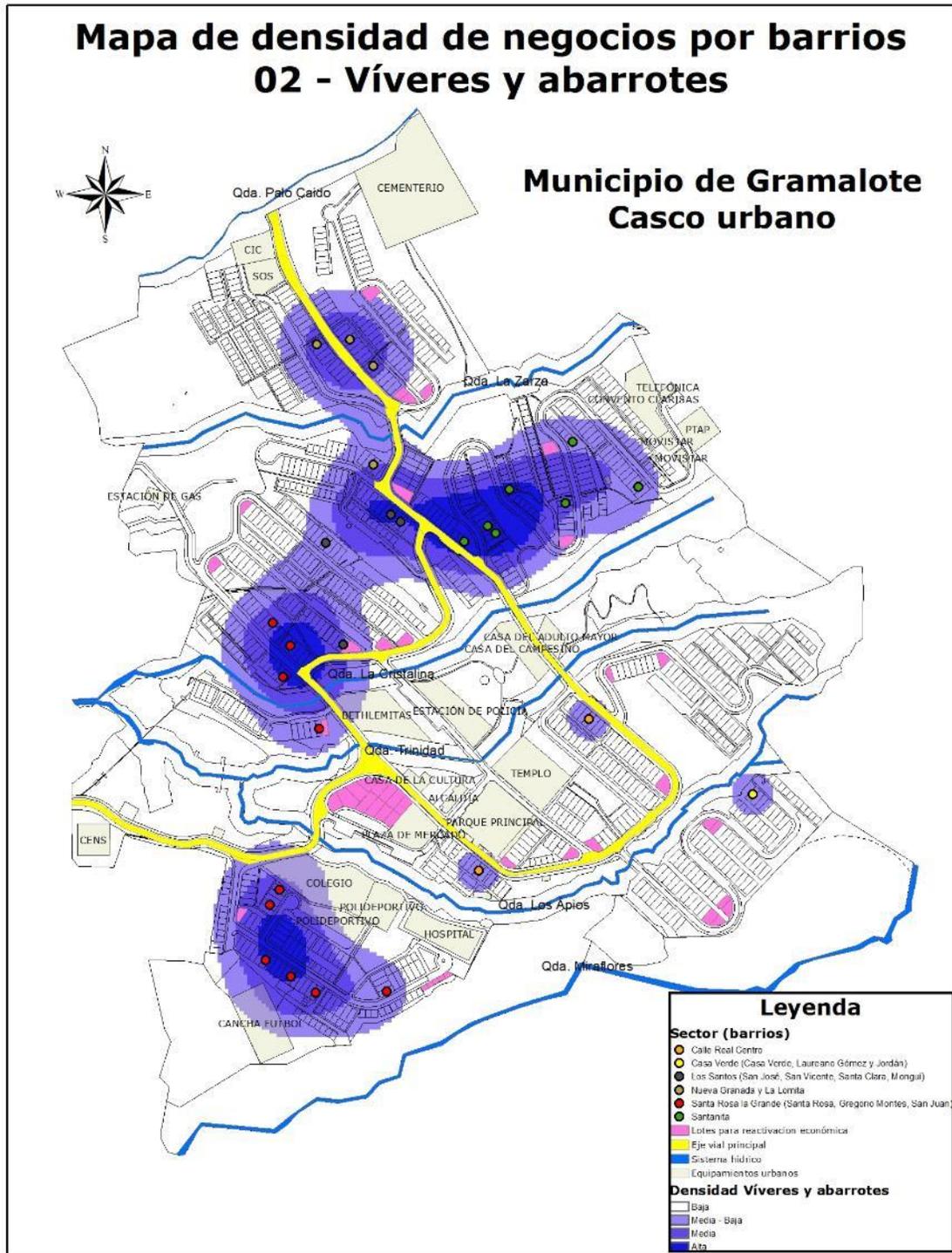
Dicha zona de comercio tiene unas proyecciones interesantes, dados los equipamientos que tiene a su alrededor, como es el nuevo hospital, la proyectada cancha de fútbol, los polideportivos y el colegio. Es decir, será una zona de tránsito de personas provenientes de distintas partes del casco urbano, de la zona rural y de otros municipios, quienes encontrarán una oferta comercial nutrida.

La siguiente zona con una densidad alta y media principalmente, es el sector Calle Real Centro, donde se ubican algunos los principales equipamientos institucionales, como la Alcaldía, el parque principal, la Plaza de Mercado, el templo y, a futuro, la casa de la cultura. Claramente este es el núcleo del casco urbano y tiene una fuerte especialización en comercio, como sucede con la mayoría de los municipios tradicionales. Es decir que, aunque el nuevo Gramalote tenga una distribución urbana moderna, la dinámica social y económica ha recreado y reconstruido los sectores de convergencia económica y las zonas de encuentro tradicionales.

Estos dos (2) sectores ejercen dos (2) núcleos principales actuales. No obstante, aparecen otros sectores con una densidad media, como Santanita, Los Santos y La Lomita, a lo largo del eje vial principal, en dirección de salida hacia el municipio de Lourdes, lo que muestra un

posible eje comercial que aborde a clientes que llegue desde esa dirección a Gramalote.

Figura 48 Densidad de los negocios de víveres y abarrotes



En el mapa de la figura cuarenta y ocho (48), muestra el total de 28 negocios de víveres y abarrotes, hay una alta densidad ubicada entre los sectores de Santanita y Los Santos. También se observa una concentración hacia el sector de Santa Rosa la Grande. Debe tenerse en cuenta que Santa Rosa tiene otro sector hacia el norte de la quebrada La Cristalina, es decir, al entrar al municipio desde Santiago, por el eje vial hacia la izquierda o norte.

Este tipo de negocios muestra las áreas más concentradas en esta línea productiva pero, dada la alta dispersión de los barrios en el casco urbano y tomando en cuenta que representa los negocios con mayor demanda (suple la demanda de bienes de la canasta básica), se recomienda que se permitan nuevos establecimientos de este tipo en otros sectores en los que no haya una alta densidad, especialmente en Calle Real Centro y en los sectores que están en construcción y apenas siendo habitados, como Casa Verde y Barrios Unidos.

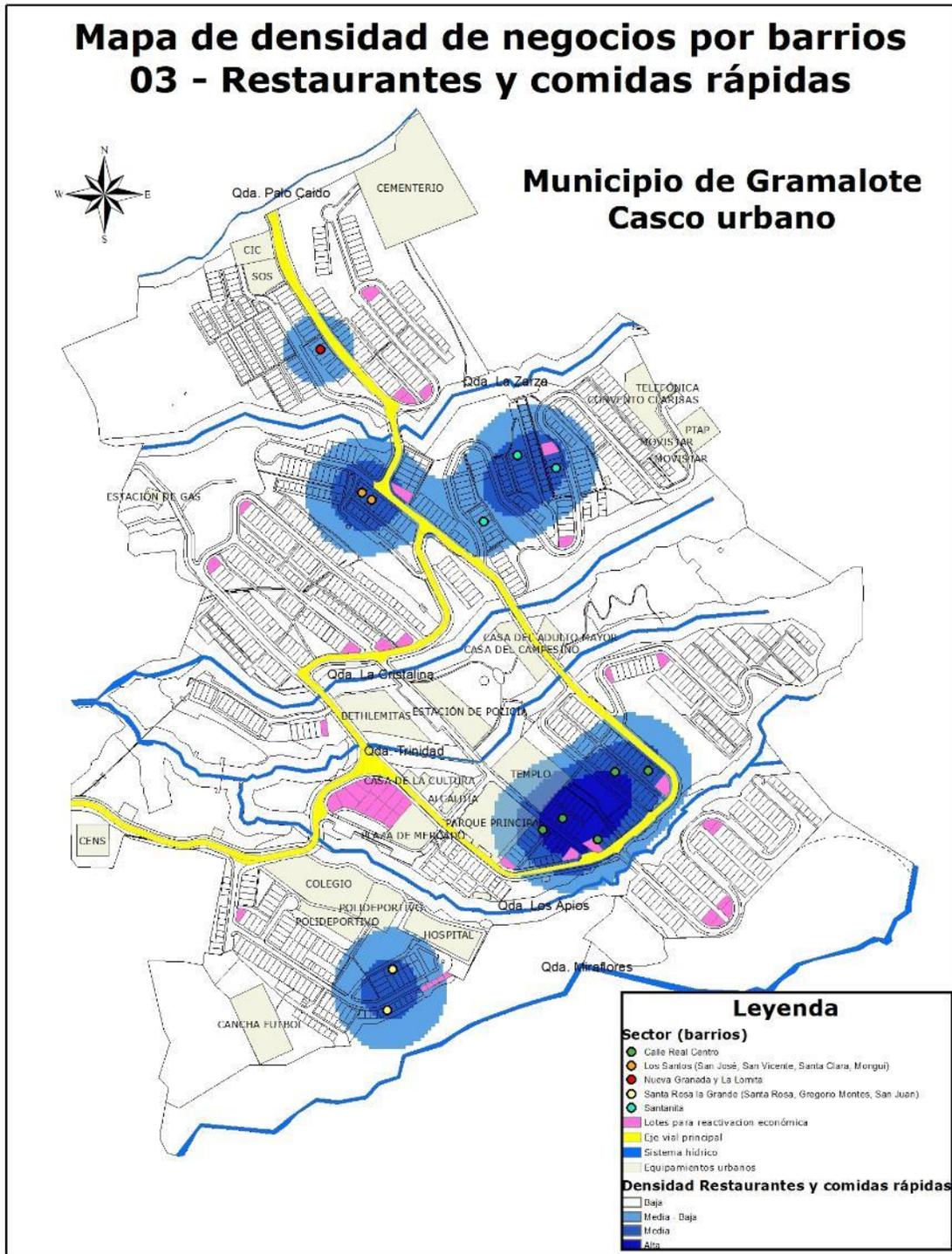
Tabla 16 Proyección de negocios de víveres y abarrotes

Posibilidades de ampliación identificadas por los negocios de víveres y abarrotes		
Nº	Opción	Cantidad de negocios
1	Montaje e implementación en un lote comercial	12
2	En bienes (mercancías y enseres)	23
3	En espacio usado (tomar más espacio del inmueble o construir)	5
4	Mantenerse igual	2

En la tabla 16, se muestra que, de los veintiocho (28) negocios, hay veintitrés (23) que desean recapitalizarse para invertir en mercancías y enseres, así como cinco (5) en ampliarse en el lugar donde funcionan actualmente. Solo doce (12) desean trasladarse a un lote de uso comercial. Por ello, se recomienda apoyo en el fortalecimiento a los

negocios actuales en sus sitios de trabajo y también la opción de traslado a lotes para aquellos que presenten dichas ideas de negocio.

Figura 49 Densidad de los negocios de restaurantes y comidas rápidas



El mapa de densidad de los trece (13) establecimientos de restaurantes y comidas rápidas muestra solamente un grupo denso de este tipo, concentrado en el sector Calle Real Centro, alrededor de parque principal. Los demás sombreados del mapa no muestran una alta densidad. Incluso en el sector del Centro no se presenta una gran cantidad de negocios de este tipo.

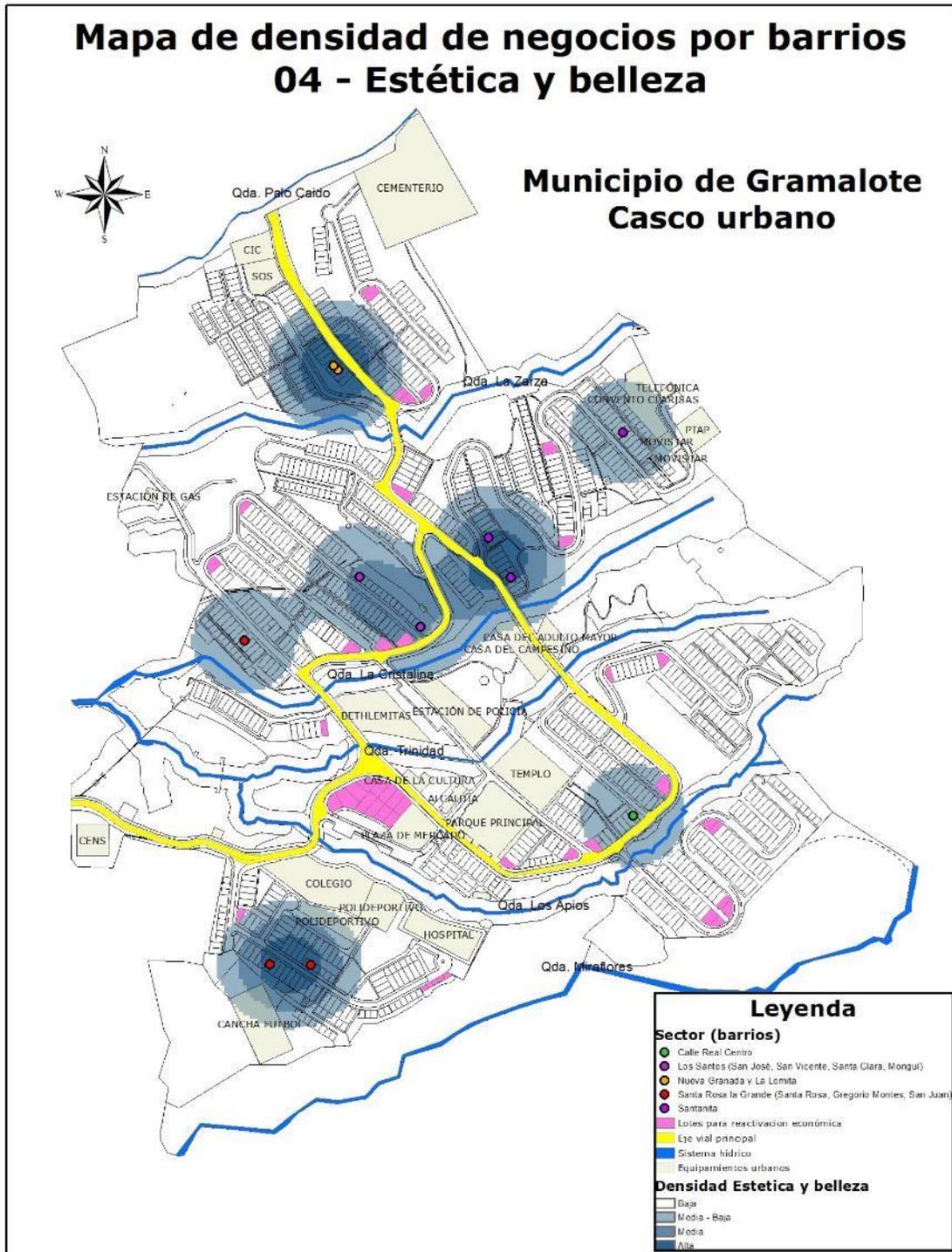
En este caso, la densidad no debe tomarse como una restricción para establecer más emprendimientos de este tipo en la zona más densa (Centro), sino, que indica una zona que podría especializarse en concentrar este tipo de establecimientos, dado a la cercanía a sitios atractivos para cualquier visitante, como el parque central, la plaza de mercado, la Alcaldía y los nuevos equipamientos a futuro, como la casa de la cultura o el templo y tomando en cuenta la visión que se tiene del municipio, como un destino turístico regional.

Tabla 17 Proyección de negocios de restaurantes y comidas rápidas

Posibilidades de ampliación identificadas por los negocios de restaurantes y comidas rápidas		
Nº	Opción	Cantidad de negocios
1	Montaje e implementación en un lote comercial	0
2	En bienes (mercancías y enseres)	9
3	En espacio usado (tomar más espacio del inmueble o construir)	5
4	Mantenerse igual	3

Para este tipo de establecimientos es importante resaltar que en general no tienen deseo de establecerse o reinstalarse en un lote de uso comercial; por el contrario, sus necesidades las dirigen hacia acceder a más mercancías y enseres y/o ampliar sus negocios dentro del inmueble o vivienda que usan actualmente. Esto puede deberse a que ya tiene un montaje realizado y una clientela recurrente y prefieren mejorar dicho establecimiento y conservar y aumentar su clientela.

Figura 50 Densidad de los negocios de estética y belleza



De los once (11), establecimientos de estética y belleza se observan tres sombreados de densidad alta: en el sector de Santa Rosa la Grande, Nueva Granada – La Lomita y entre Santa Anita y Los Santos. La densidad aquí aparece a partir de pocos negocios; en realidad no es una gran cantidad de dichos negocios, pero tomando en cuenta que no es un casco urbano muy poblado, pueden ser suficientes negocios para suplir la demanda por este tipo de servicios.

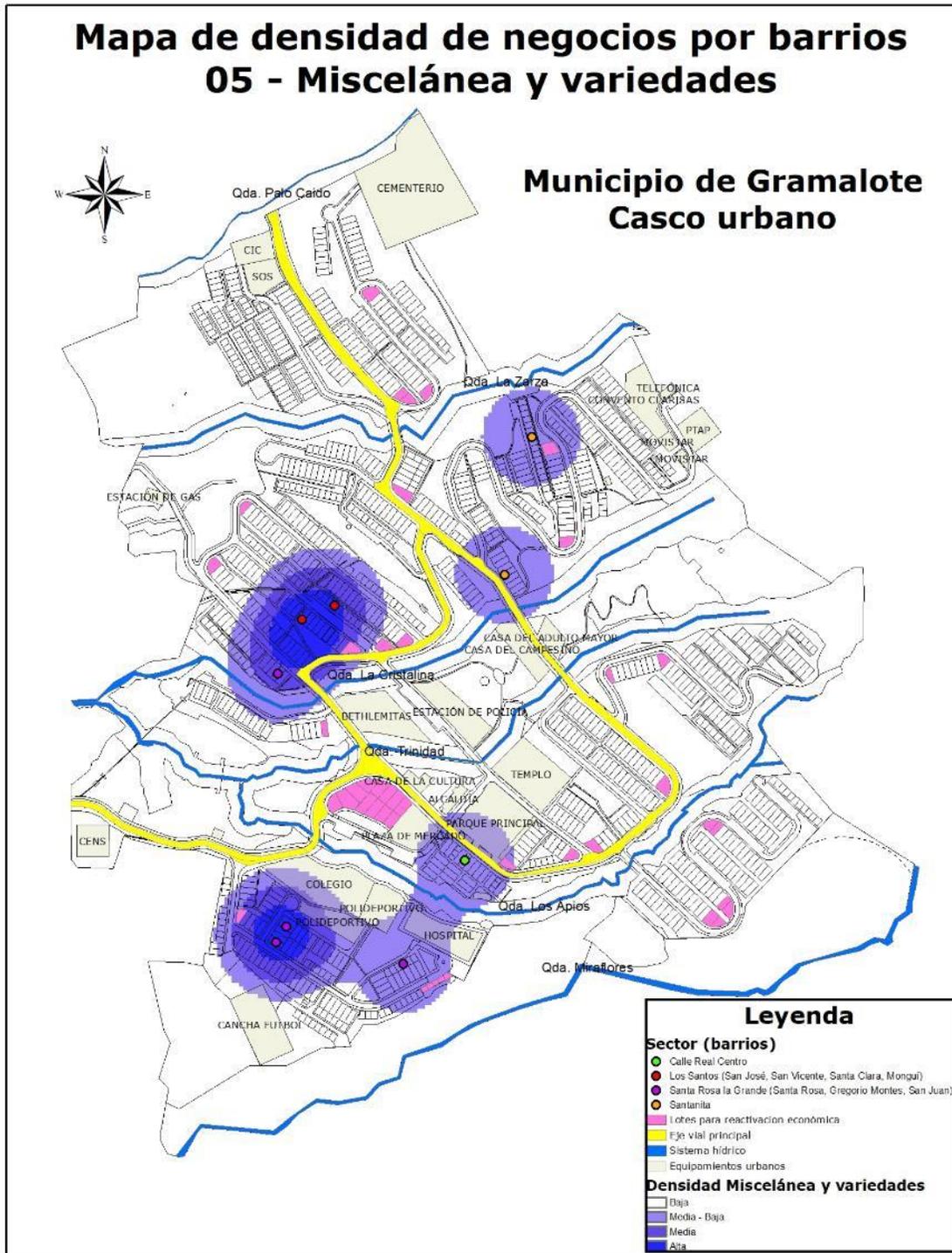
Respecto a estos negocios, se observa una distribución relativamente homogénea en el casco urbano, es decir que habitantes de los distintos sectores pueden tener acceso a estos servicios, aunque siempre tomando en cuenta que cada establecimiento puede ofrecer servicios más especializados, sobre todo en este tipo de actividad, y un cliente puede buscar un negocio específico sin basarse en su ubicación y cercanía.

Tabla 18 Proyección de negocios de estética y belleza

Posibilidades de ampliación identificadas por los negocios de estética y belleza		
Nº	Opción	Cantidad de negocios
1	Montaje e implementación en un lote comercial	3
2	En bienes (mercancías y enseres)	8
3	En espacio usado (tomar más espacio del inmueble o construir)	1
4	Mantenerse igual	0

De los once (11), negocios de este tipo se observa que ocho (8), planean mejorar su establecimiento adquiriendo mercancías y enseres, mientras que hay tres (3), que estarían interesados en establecerse en un lote comercial. Es llamativo este último dato, pues podrían plantearse ideas de negocios de peluquerías con mayor tamaño e influencia para atraer clientes en mayor medida. También debe evaluarse en las ideas de negocios de quienes permanezca en donde se encuentran, la necesidad de mejoras locativas, pues solo un (1) negocio identificó esta necesidad.

Figura 51 Densidad de los negocios de miscelánea y variedades



Los negocios de miscelánea y variedades, con un total de nueve (9), en el nuevo casco urbano, muestra una densidad alta concentrada entre los sectores de Santa Rosa la Grande y Los Santos.

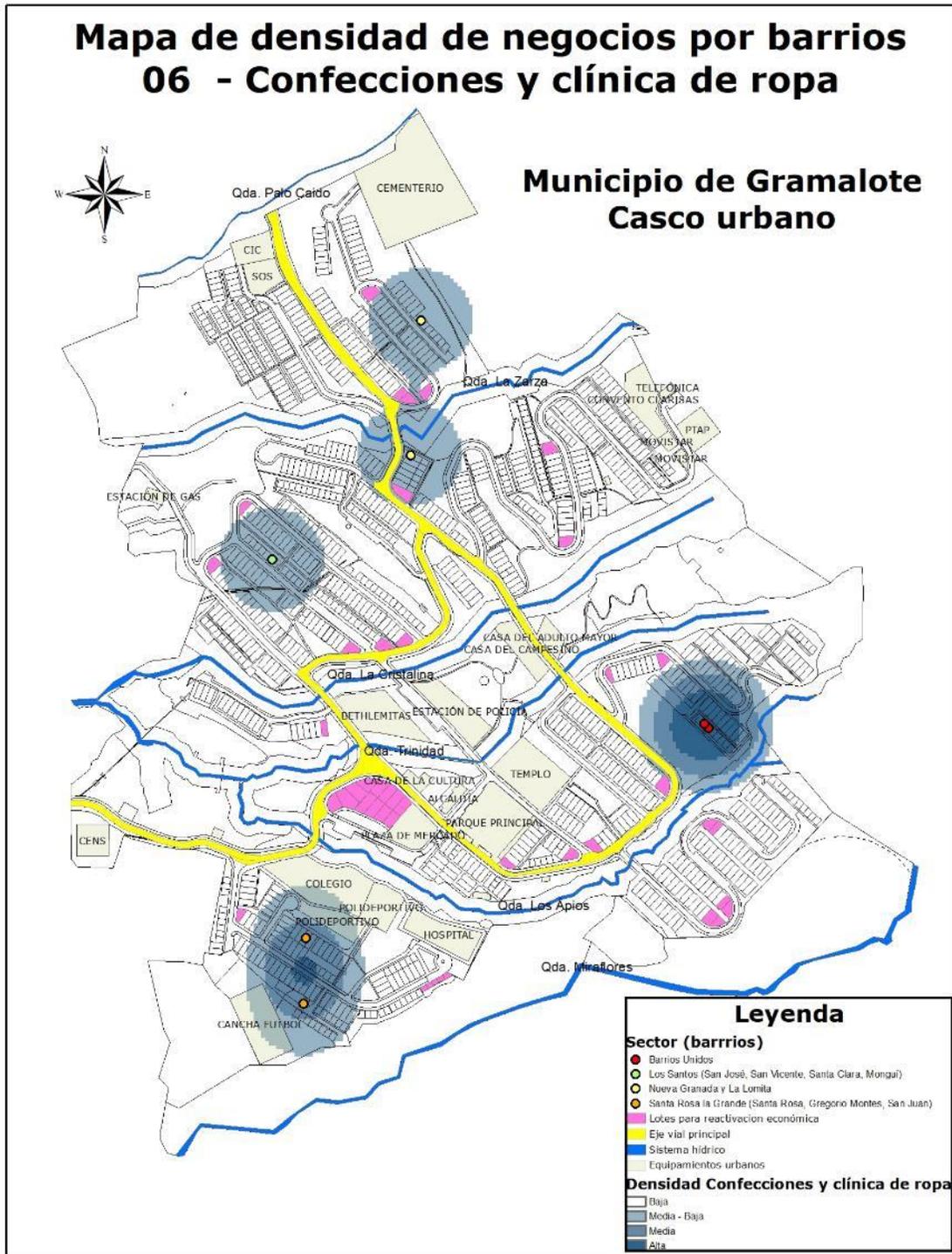
Este tipo de negocios tiene baja presencia en el sector del Centro. Se identifica la posibilidad de establecimiento de nuevos negocios de este tipo en esta zona, dado que son negocios que pueden vender productos de “cacharrería”, y es necesaria su ubicación en las zonas centrales de las zonas urbanas para atender la demanda tanto de la zona urbana, como de la rural y de otros lugares, cuyo lugar principal de llegada es el Centro, y no podrían tener conocimiento de estos negocios en otros sectores.

Tabla 19 Proyección de negocios de miscelánea y variedades

Posibilidades de ampliación identificadas por los negocios de miscelánea y variedades		
Nº	Opción	Cantidad de negocios
1	Montaje e implementación en un lote comercial	3
2	En bienes (mercancías y enseres)	7
3	En espacio usado (tomar más espacio del inmueble o construir)	2
4	Mantenerse igual	0

En su mayoría, los dueños de estos negocios tienen planeado, en el marco de la reactivación económica, mejorar sus unidades productivas con la consecución de más mercancías y enseres. Un 33% piensa en la posibilidad de trasladarse a un lote comercial y continuar su actividad productiva en dichos espacios. Se recomienda tomar en cuenta la posibilidad de fortalecimiento de los negocios ya establecidos, y apoyar las diferentes propuestas en las que se manifieste el interés del montaje del negocio en lote comercial, siempre que cumplan con los criterios.

Figura 52 Densidad de los negocios de confecciones y clínicas de ropa



Los negocios de confecciones y/o de arreglos de ropa, con un total de siete (7), unidades productivas en el casco urbano, muestran una densidad entre media y alta solo en los sectores de Santa Rosa la Grande y Barrios Unidos. Los demás, tienen una dispersión distribuida homogéneamente entre distintos sectores del casco urbano; sin embargo, parte de esta oferta no sería accesible para la demanda general de la zona urbana y de la zona rural, dado que hay dos (2), de esos negocios ubicados en el sector de Barrios Unidos, que es una de las partes más altas y alejadas del casco urbano, y otros dos (2), en Santa Rosa que, si bien es un sector altamente poblado, es lejano para personas de otros sectores.

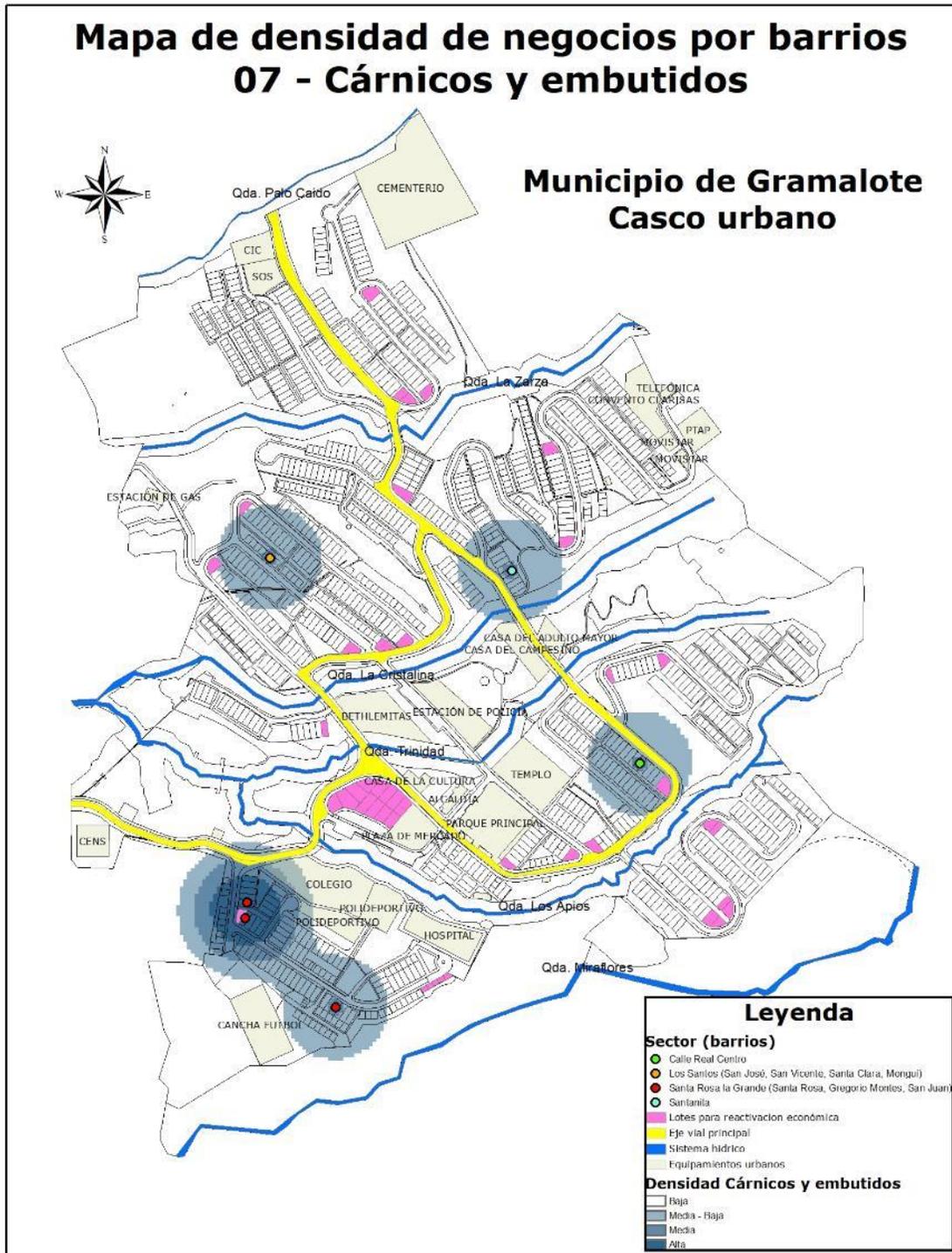
Tabla 20 Proyección de negocios de confecciones

Posibilidades de ampliación identificadas por los negocios de confecciones y clínica de ropa		
Nº	Opción	Cantidad de negocios
1	Montaje e implementación en un lote comercial	1
2	En bienes (mercancías y enseres)	5
3	En espacio usado (tomar más espacio del inmueble o construir)	2
4	Mantenerse igual	1

En cuanto a la proyección de estos negocios, se observa que en su mayoría piensan mejorar con la consecución de mercancías y enseres y algunos con la ampliación de su espacio de trabajo en el inmueble que usan actualmente para la actividad productiva; no obstante, solo un (1) negocio se visualiza hacia el montaje en un (1) lote de los destinados a la reactivación. Se recomienda considerar de manera especial las ideas de negocio de este tipo de iniciativas, direccionadas hacia las posibilidades de crecimiento de estas actividades, mediante el aprovechamiento de uno (1) o varios lotes que el Fondo Adaptación dispone para las distintas propuestas, dado que las confecciones pueden jalonar temas como el

empleo, especialmente para mujeres si se plantean negocios de mayor tamaño y producción.

Figura 53 Densidad de los negocios de cárnicos y embutidos



Respecto a los seis (6), negocios identificados de cárnicos y embutidos, solo se observa una densidad alta y media en el sector de Santa Rosa la Grande, dado que los demás sectores donde hay presencia, solo se encuentra un (1) negocio, disperso por el casco urbano.

Nuevamente se ubica una concentración de negocios en Santa Rosa; sin embargo, este tipo de negocios puede tener una condición particular respecto a los procesos que desarrolle cada uno. Algunos solo comercializan carne, mientras que otros realizan embutidos variados. Dicha actividad puede ser apoyada y fortalecida hacia un proceso más industrializado y tener ubicación en un sector distinto, por ejemplo, en un lote de la manzana 84, al lado de la plaza de mercado, para desarrollar un proyecto de carnes frías y embutidos de mayor envergadura.

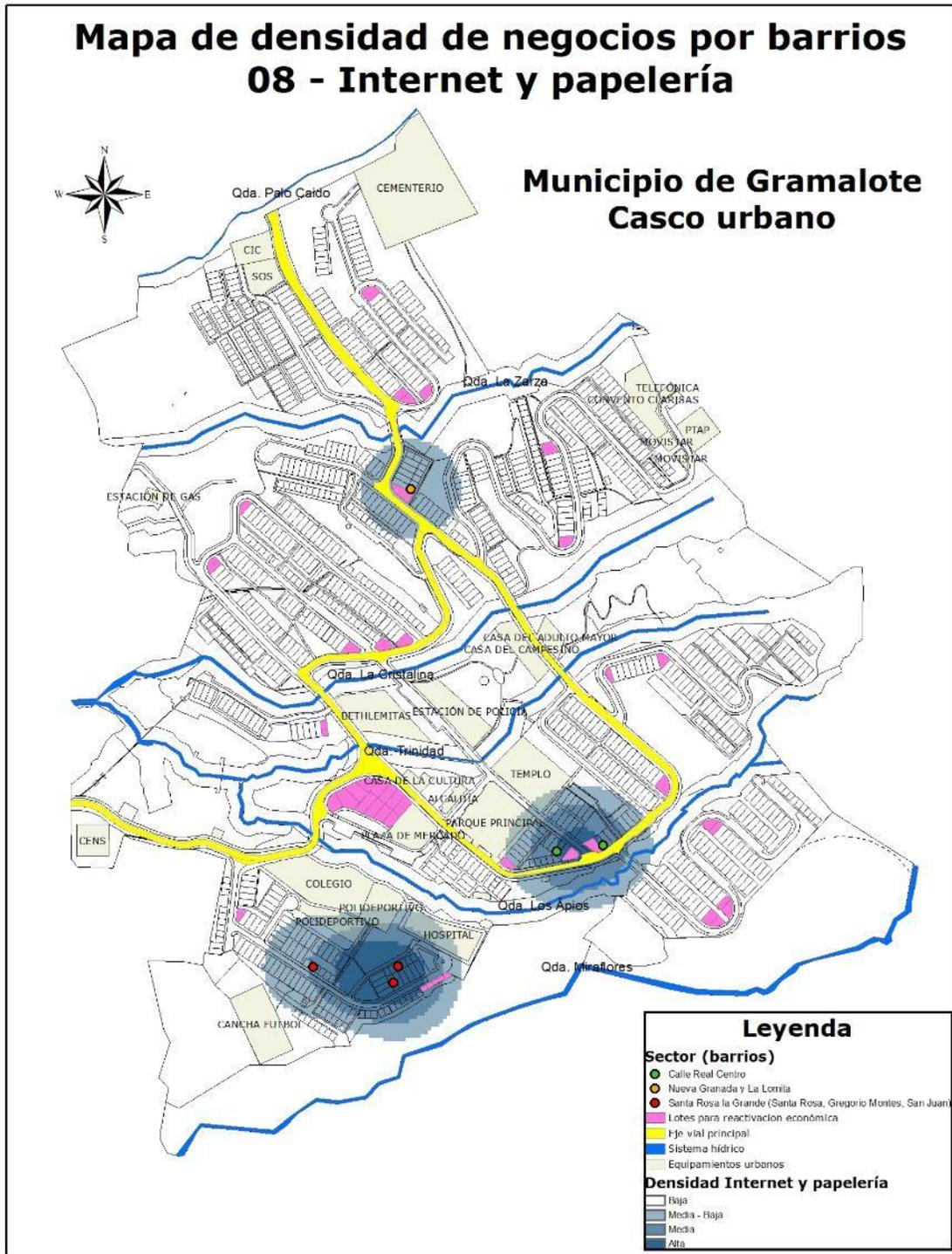
Tabla 21 Proyección de negocios de cárnicos y embutidos

Posibilidades de ampliación identificadas por los negocios de cárnicos y embutidos		
Nº	Opción	Cantidad de negocios
1	Montaje e implementación en un lote comercial	2
2	En bienes (mercancías y enseres)	3
3	En espacio usado (tomar más espacio del inmueble o construir)	1
4	Mantenerse igual	1

En ese sentido, la tabla 21, indica que hay dos (2) negocios de este tipo que proyectan establecerse en un lote disponible para la reactivación económica. Se espera que desde estos actores se presenten ideas de negocios con enfoque de transformación de productos y puedan ubicarse en la manzana permitida según el actual EOT. Otros tres (3) negocios indican que necesitan fortalecerse en mercancías y enseres. En este sentido, se espera apoyar estos procesos, especialmente con implementos para la conservación de la cadena de frío y la adecuada

manipulación de alimentos, con los espacios bioseguros requeridos y suficientes para ello.

Figura 54 Densidad de los negocios de internet y papelería



Al igual que el tipo de negocios anterior, de los seis (6) establecimientos de internet y papelerías, la mitad se encuentran ubicados en el sector de Santa Rosa la Grande. En dicho sector, estos negocios pueden tener bastante demanda, dada su cercanía al colegio, según las necesidades de estudiantes y de toda la planta escolar. También se encuentra parte de esta oferta en el sector de Calle Real Centro, alrededor del parque principal, pero se puede observar que el resto del casco urbano se encuentra desprovisto de este tipo de negocios.

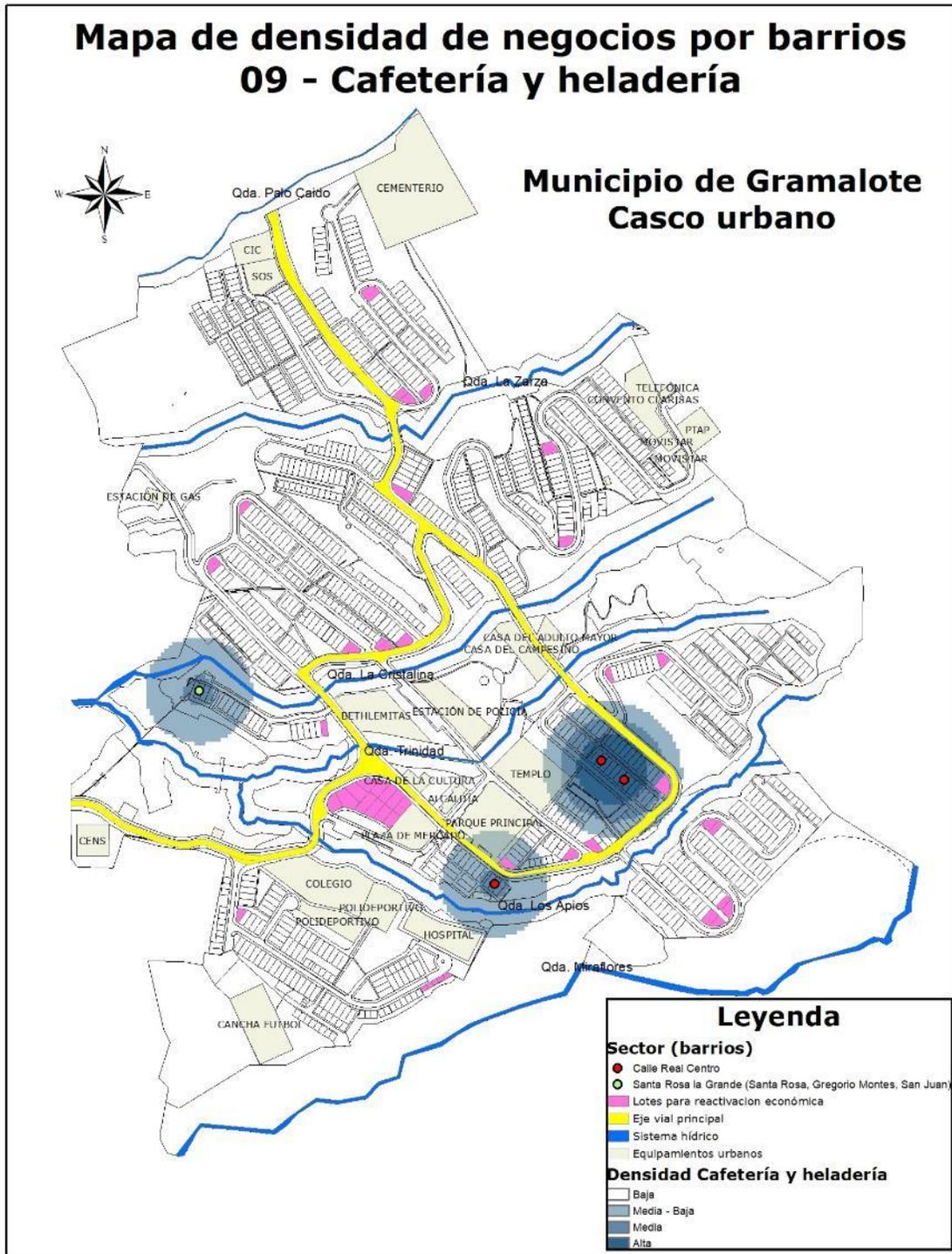
Se recomienda que se presenten y se apoyen algunas ideas de negocio de papelerías, salas de internet y servicios relacionados, como fotocopias, impresión en distintos formatos, teniendo en cuenta que el comercio en general se encuentra disperso por toda el área urbana y que tiene necesidades de insumos de papelería, además del consumo de los hogares. No se observa un sector específico, adicional a Santa Rosa, que pueda especializarse en este tipo de negocio, sino una necesidad en general de la población.

Tabla 22 Proyección de negocios de internet y papelerías

Posibilidades de ampliación identificadas por los negocios de internet y papelería		
Nº	Opción	Cantidad de negocios
1	Montaje e implementación en un lote comercial	1
2	En bienes (mercancías y enseres)	4
3	En espacio usado (tomar más espacio del inmueble o construir)	1
4	Mantenerse igual	1

En cuanto a la proyección de estos negocios, la tabla 22 muestra que en su mayoría identifican mejoras adquiriendo mercancías y enseres; solo uno desea acceder a un lote. Según esto, se recomienda apoyar con fortalecimiento de las unidades ya existentes y apoyar nuevos establecimientos en otros sectores barriales.

Figura 55 Densidad de los negocios de cafeterías y heladerías



Las cafeterías o heladerías solo tienen una participación con cuatro (4) establecimientos, de los cuales tres (3) se encuentran el sector de Calle Real Centro. En adelante en el presente documento, todos los demás tipos de actividades productivas relacionadas presentan una baja presencia o poca participación en el mercado económico local. Se observa que este sector puede ser especial para las cafeterías, con un enfoque más turístico, aprovechando la zona central del casco urbano.

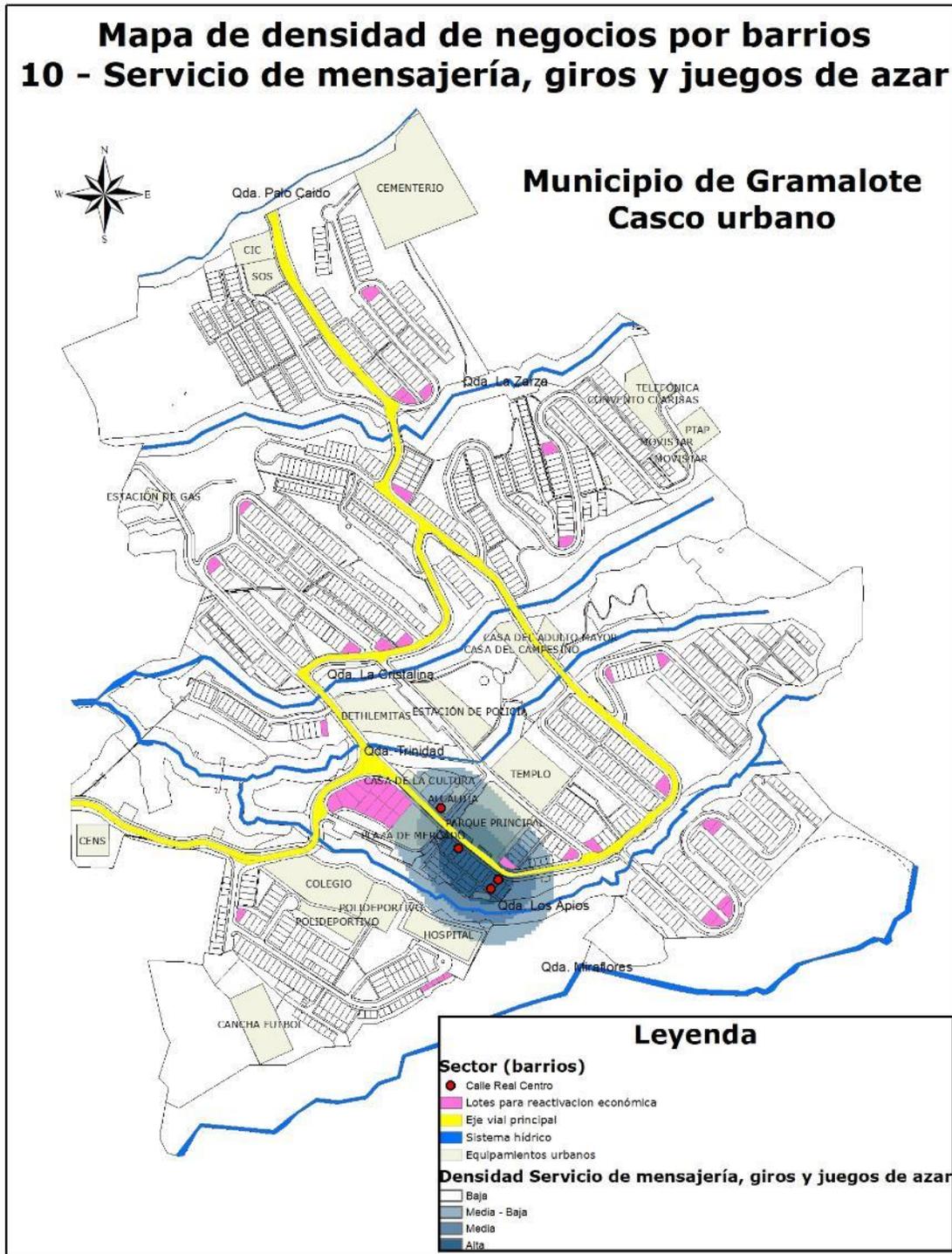
No obstante, se pueden implementar ideas de negocios en otros sectores, aprovechando la baja densidad y las posibilidades paisajísticas que ofrecen muchas manzanas en el casco urbano, con vista hacia el cañón del río Peralonso y el horizonte del páramo de Guerrero. Algunos lotes sobre la vía principal, señalada en el mapa, cuentan con posibilidades para este tipo de negocios y con potencial de tener gran acogida.

Tabla 23 Proyección de negocios de cafeterías y heladerías

Posibilidades de ampliación identificadas por los negocios de cafeterías y heladerías		
Nº	Opción	Cantidad de negocios
1	Montaje e implementación en un lote comercial	2
2	En bienes (mercancías y enseres)	2
3	En espacio usado (tomar más espacio del inmueble o construir)	1
4	Mantenerse igual	0

Consecuentemente con el análisis espacial, se observa que dos (2) cafeterías o heladerías proyectan acceder a un lote para el montaje de su negocio en estos espacios y aprovechar su potencial, e igualmente piensan una mejora en adquisición de mercancías y enseres. Las ideas de negocio de estos establecimientos podrían tener mayor oportunidad tomando en cuenta el eje vial principal y el aprovechamiento de las cualidades paisajísticas descritas, con su ubicación en el casco urbano.

Figura 56 Densidad de los negocios de cafeterías y heladerías



Los servicios de mensajería y giros solo presentan cuatro (4) establecimientos o negocios ubicados en el sector Calle Real Centro sobre la vía principal. Aunque la densidad es evidentemente alta aquí, se recomienda que esta sea la zona donde continúen este tipo de emprendimientos, dado que es el sector de mayor afluencia, su cercanía al transporte y a los servicios institucionales en general, que requieren de este tipo de servicios.

De estos cuatro (4) negocios, son dos (2) los que cuentan con el servicio de mensajería de mercancías.

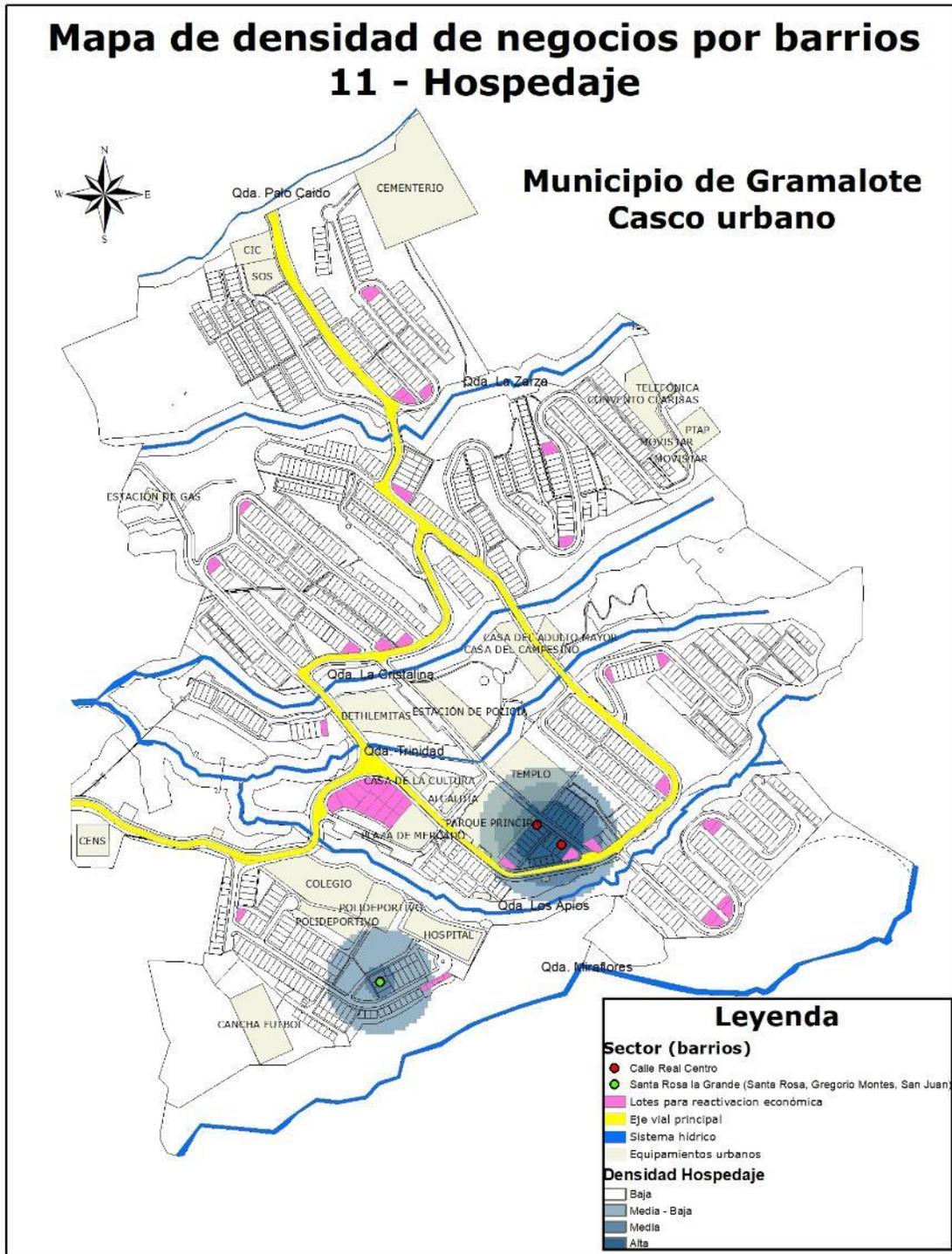
Tabla 24 Proyección de negocios de mensajería, giros y juegos de azar

Posibilidades de ampliación identificadas por los negocios de mensajería, giros y juegos de azar		
Nº	Opción	Cantidad de negocios
1	Montaje e implementación en un lote comercial	1
2	En bienes (mercancías y enseres)	0
3	En espacio usado (tomar más espacio del inmueble o construir)	0
4	Mantenerse igual	2

De estos establecimientos, solo un (1) negocio desea acceder a lote comercial. Se recomienda evaluar la posibilidad, que se presente una idea de negocio en este tipo de actividad, y cuente con un servicio de mensajería de paquetes y mercancías en la manzana 84 o en un lote próximo al centro del casco urbano, con posibilidad de bodegaje, para que tenga cercanía con el resto de las actividades comerciales y de transformación que se establecerán en dicha manzana, y que estos, más el comercio actual, tengan un lugar central para el envío y recepción de mercancías. Esto, siempre y cuando los lotes de dicha manzana no sean ocupados por actividades industriales, que deben ser prioritarias allí.

Cabe resaltar de la Cooperativa de Transportes La Monguisita cuenta con posibilidades de transporte de mercancías en su ruta.

Figura 57 Densidad de los negocios de hospedaje



Respecto a los establecimientos que prestan el servicio de hospedaje, se observa que solo hay tres (3) de este tipo, donde dos (2) de los cuales se ubican en el sector de Calle Real Centro, cercanos al parque principal. Además, se observa otra oferta en Santa Rosa. Estos establecimientos tienen ubicaciones muy estratégicas, cercanas a las zonas de mayor afluencia. No obstante, dado que el municipio se está proyectando como destino turístico, falta una mayor oferta hotelera.

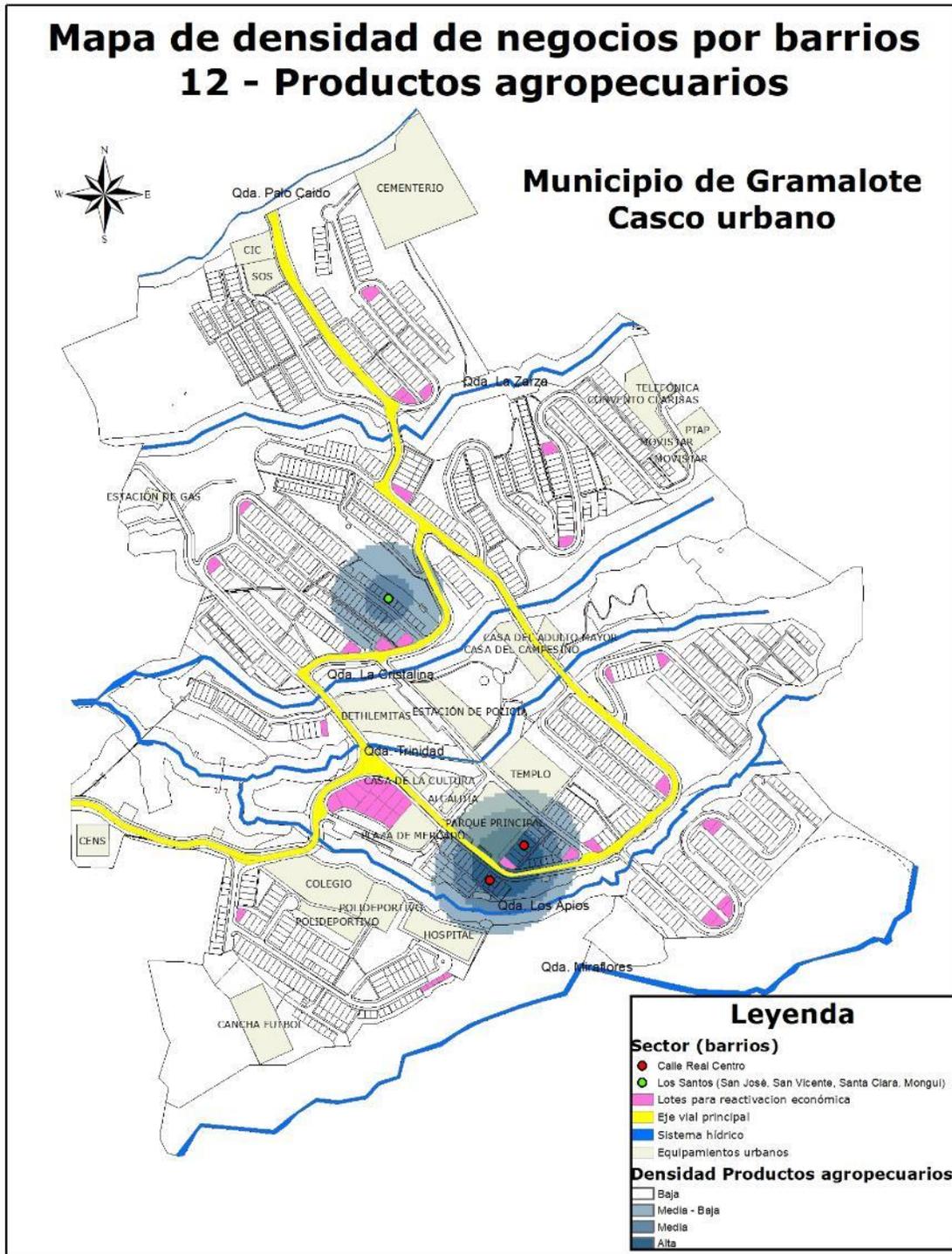
Una zona que se recomienda para el montaje de ideas de hospedaje es el sector de Casa Verde, donde se disponen varios lotes para actividades comerciales, ubicados en el sur oriente del casco urbano, con distintas cualidades como la tranquilidad de un sector residencial, el no estar ubicados en el centro donde están todas las actividades comerciales y se genera mayor el ruido y, a su vez, estos lotes cuentan relativa cercanía y fácil acceso desde el parque principal; además, se valora su cercanía a la zona boscosa de protección del Parque de Los Rampachos.

Tabla 25 Proyección de negocios de hospedaje

Posibilidades de ampliación identificadas por los negocios de hospedaje		
Nº	Opción	Cantidad de negocios
1	Montaje e implementación en un lote comercial	0
2	En bienes (mercancías y enseres)	1
3	En espacio usado (tomar más espacio del inmueble o construir)	2
4	Mantenerse igual	0

De estos negocios manifiestan querer conservar su locación actual y permanecer donde están establecidos y mejorar en mercancías, enseres o ampliar su espacio aprovechable para esta actividad. Se recomienda apoyar estos negocios ya establecidos y nuevos negocios en zonas estratégicas para la llegada del turista, como las ya relacionadas.

Figura 58 Densidad de los negocios de productos agropecuarios



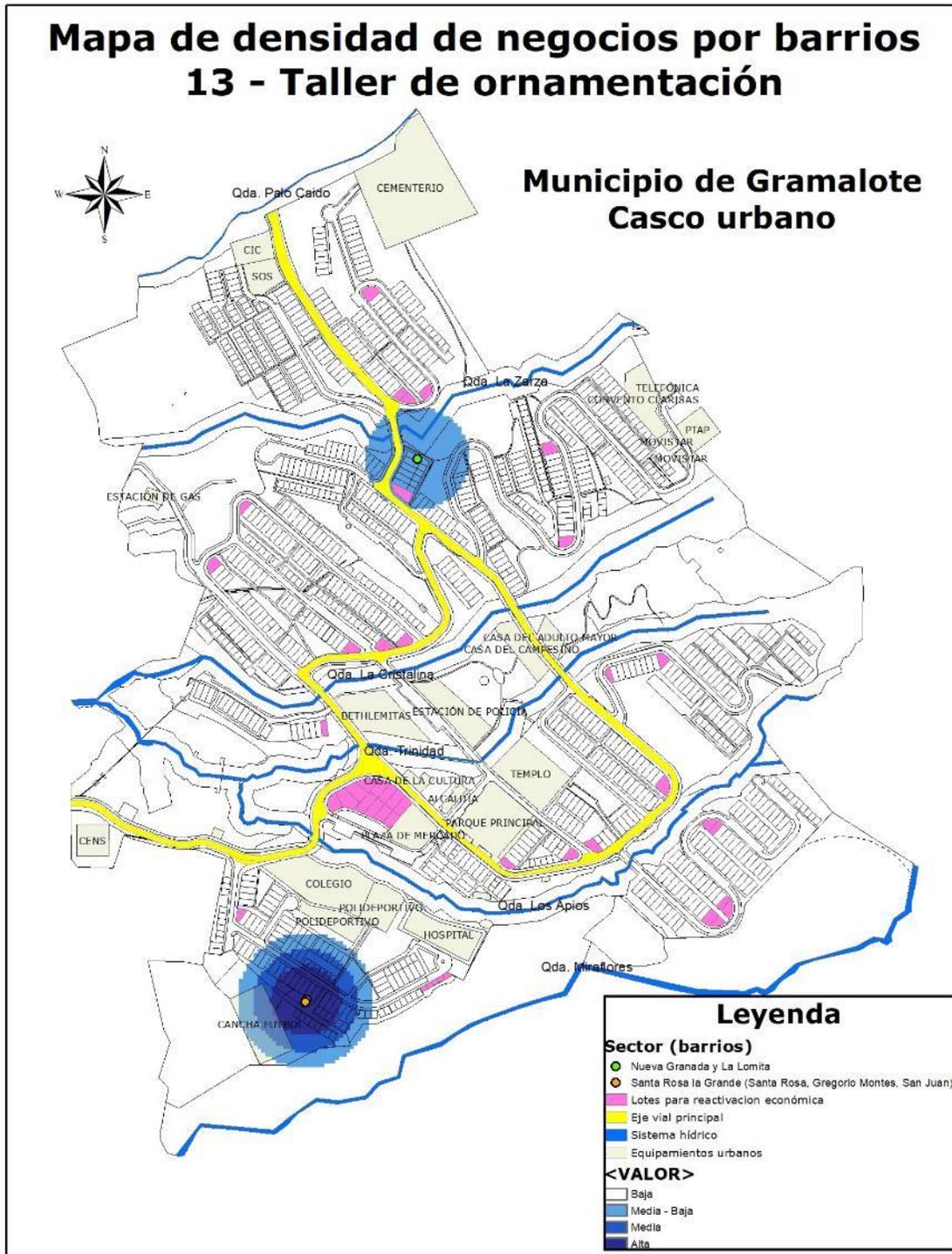
En el mapa anterior se observa la ubicación y densidad de los negocios que se dedican a la venta de productos agropecuarios. Primero que todo, se resalta que hay poca presencia de estos negocios tres (3) y que, dado el carácter agrario prevalente en general en Gramalote, se recomienda que se apoyen ideas de negocios de este tipo, que den respuesta a la demanda por distintos tipos de productos, tal como se relacionó en el capítulo 2 de este informe. Una mayor oferta atraería a los pobladores rurales al nuevo casco urbano con mayor frecuencia y magnitud, permitiendo una dinamización de la economía local y la oportuna respuesta a una demanda desde el sector rural.

De los negocios actuales, dos (2) se ubican cerca al parque principal. Igualmente, que, con otras posibles ideas de negocios, las relacionadas con el abastecimiento al sector rural con insumos y herramientas, podrían tener una posible ubicación en la manzana 84, siempre que estos lotes no sean adquiridos por propuestas de transformación. Esta ubicación podría generar un mayor dinamismo con relación a la plaza de mercado y otros posibles negocios de transformación de productos agropecuarios que se ubiquen en la manzana 84 de la malla urbana, dada su relación con el sector primario agrícola y pecuario. Igualmente, en la próxima tabla se observa que un negocio de hospedaje desea implementar su iniciativa en un lote comercial, mientras que otros requieren de dotación o mayor espacio para sus establecimientos.

Tabla 26 Proyección de negocios de productos agropecuarios

Posibilidades de ampliación identificadas por los negocios de productos agropecuarios		
Nº	Opción	Cantidad de negocios
1	Montaje e implementación en un lote comercial	1
2	En bienes (mercancías y enseres)	2
3	En espacio usado (tomar más espacio del inmueble o construir)	1
4	Mantenerse igual	0

Figura 59 Densidad de los negocios de talleres de ornamentación



Actualmente el casco urbano cuenta con tres (3) negocios referentes a los talleres de ornamentación, en los que desarrollan actividades industriales. Dichos talleres deben realizar procesos que requieren espacios adecuados para su actividad y, además, permitidos por la normatividad que expone el esquema de ordenamiento territorial actual del municipio de Gramalote.

Estas actividades tienen alta demanda debido a la constante dinámica constructiva y de mejoramiento de las viviendas por parte de sus habitantes, cada vez más numerosos. Se recomienda apoyar estos talleres y, dado que presenten ideas de negocios, direccionar dichas ideas hacia la implementación en los lotes que dispone el FA para la reactivación económica, en este caso específicamente en la manzana 84, que permite los usos múltiples, es decir, que contempla tanto usos comerciales como industriales. Dos (2) talleres se encuentran en el sector de Santa Rosa y un (1) taller en Nueva Granada La Lomita.

Tabla 27 Proyección de negocios de talleres de ornamentación

Posibilidades de ampliación identificadas por los negocios de talleres de ornamentación		
Nº	Opción	Cantidad de negocios
1	Montaje e implementación en un lote comercial	2
2	En bienes (mercancías y enseres)	3
3	En espacio usado (tomar más espacio del inmueble o construir)	1
4	Mantenerse igual	0

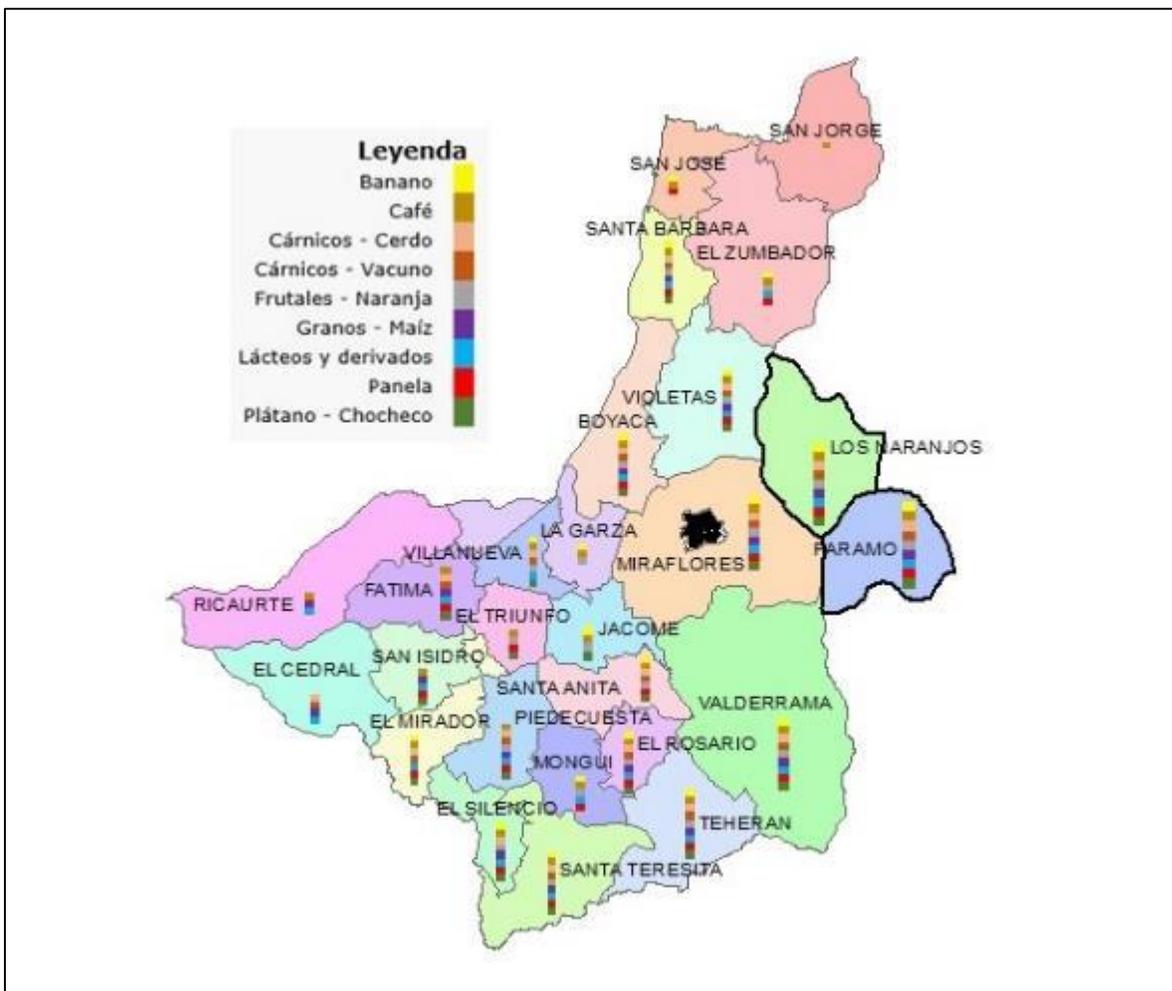
Consecuentemente, como se observa en la tabla anterior, dos (2) de los tres (3) talleres existentes visualizan establecerse en los lotes que ofrece el Fondo Adaptación. Tres (3) talleres manifiestan la necesidad de acceder a mercancías y enseres, posiblemente maquinaria para los procesos que desarrollan. Debe tomarse en cuenta que solo se cuentan con once (11)

lotes de uso múltiple, por lo que es posible que individualmente no se pueda apoyar a todas las iniciativas de este tipo.

3.4 Análisis geográfico de la producción rural

En este análisis se tomaron las veinticuatro (24) veredas de Gramalote y las dos (2) veredas de Santiago, ubicadas al oriente de los dos siguientes mapas.

Figura 60 Mapa de principales productos agropecuarios de Gramalote



En el mapa de la figura 60, se puede observar que las veredas con mayor presencia de los productos agropecuarios más representativos se encuentran alrededor o en cercanía a nuevo casco urbano de Gramalote;

esto incluye las veredas Páramo y Los Naranjos, del municipio de Santiago. Se evidencia una alta presencia de estos productos en las veredas Miraflores, Boyacá, Violetas y Valderrama, todas circundantes al casco urbano. Esto indica una posibilidad de generar un mayor comercio urbano que se nutra de los productos rurales.

Adicionalmente, las demás veredas cuentan con participaciones representativas y altas de dichos productos. Es decir, nuevamente se evidencia una fuerte diversidad de productos agropecuarios para su posible comercialización en el casco urbano.

Se recomienda el montaje de ideas de negocio que contemplen los centros de acopio, tanto en la zona urbana, como puntos intermedios en puntos clave para distintos núcleos de veredas, pues también se evidencia que hay veredas alejadas del casco urbano, que tienen baja variedad de estos productos y que son las que se mencionaban en el capítulo anterior, que debe buscar su abastecimiento en veredas vecinas, o incluso en municipios vecinos. De este tipo, se puede observar a las veredas San Jorge y San José, en la zona norte del municipio, o Ricaurte y El Cedral al occidente de este.

Además, se observan las veredas La Garza, Jácome y El Triunfo, con una relativa cercanía al nuevo casco urbano, y que cuentan con baja presencia de los productos agropecuarios principales, por lo que les favorecería tener una buena oferta de los mismo en el casco urbano.

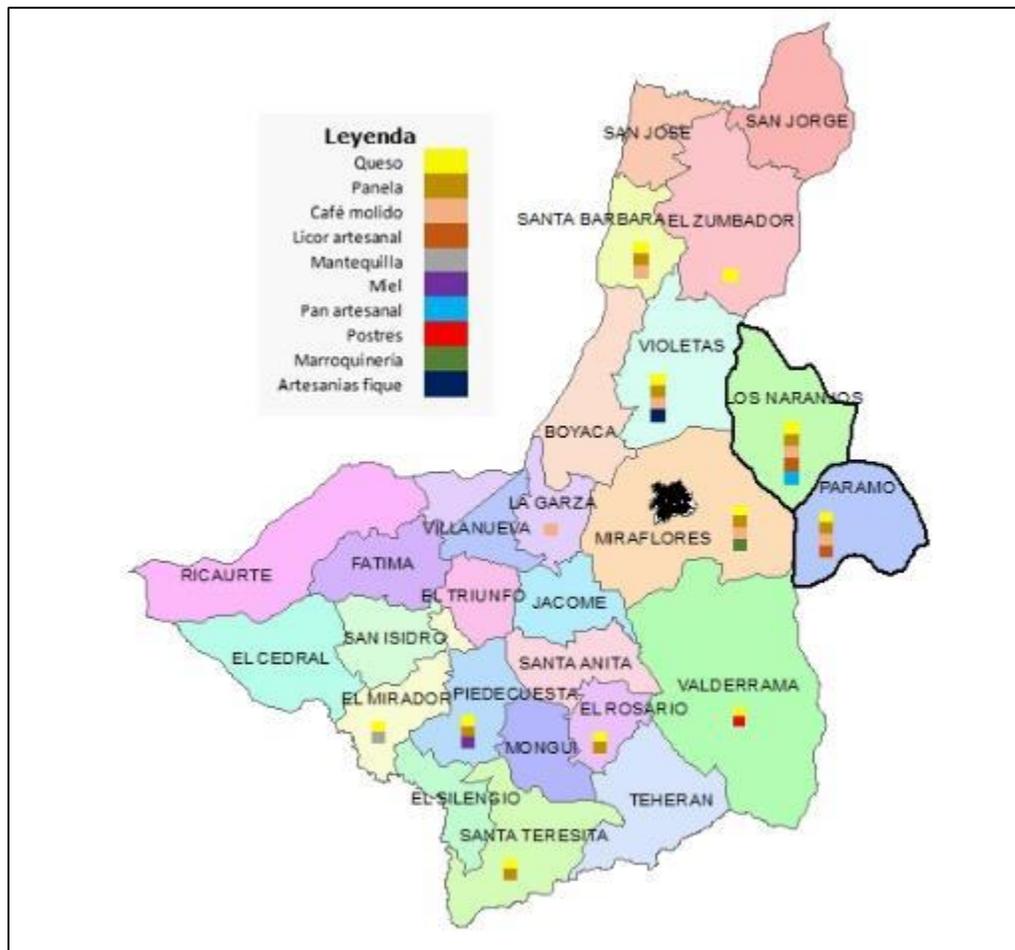
Por otra parte, en el mapa de la figura 61, se observa que la disponibilidad de productos que tienen algún proceso de transformación se encuentra en su mayoría en las veredas cercanas al casco urbano, incluyendo las dos (2) veredas del municipio de Santiago.

Gran parte de la representación espacial de estos productos se refiere a la línea de derivados lácteos, dada la presencia de ganadería de doble propósito y muchas veredas del municipio.

Cabe destacar que, al observar conjuntamente estos dos mapas, son las dos (2) veredas de Santiago las que tienen mayor dinamismo en su producción agropecuaria y que aprovechan su cercanía con Gramalote para aprovechar las posibilidades de comercio de estos, debido a que su

cabecera urbana (de Santiago) queda muy distante para ellos. Se recomienda estrechar vínculos con estas dos veredas y aprovechar su fuerte participación en el mercado local urbano gramalotero como sector que impulsa la economía de Gramalote.

Figura 61 Mapa de productos agropecuarios transformados de Gramalote



4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Finalmente, se exponen recomendaciones y conclusiones relacionadas con la dinámica económica identificada en el análisis realizado por el consultor, con base en el potencial comercial y económico de los distintos sectores productivos y de los distintos sectores barriales del nuevo casco urbano.

El nuevo casco urbano, al igual que distintas veredas de la zona rural gramalotera, cuentan con unas potencialidades de conectividad dadas por las nuevas vías de acceso de tramo uno y tramo dos, además del mejoramiento de la vía principal que conduce desde la ciudad de Cúcuta hacia Gramalote, pasando por el eje vial a lo largo del río Peralonso. Esta vía permite entonces la conectividad del casco urbano con varias veredas, y las posibilidades de que la Administración Municipal pueda proyectar nuevas rutas de acceso o mejore las existentes. Igualmente, para el turismo, como eje clave en el desarrollo presente y futuro del municipio, estos accesos viales son fundamentales al permitir y ser atractivos para los turistas que desean llegar desde otras partes del Departamento y del país.

La conectividad rural, aunque sigue siendo precaria en cuanto a las condiciones en que se encuentran las vías terciarias, muestra que la ubicación del nuevo casco urbano de Gramalote tiene el potencial para ser un polo y centro de desarrollo; es decir, con su nueva ubicación se logra la cercanía con otros sectores rurales que anteriormente quedaban más alejados. Un caso muy especial, se da en las veredas Páramo y Los Naranjos del municipio de Santiago, que han aprovechado una ventaja espacial comparativa al haber quedado más cerca, y mantienen una fuerte relación comercial, mostrando que Gramalote, a nivel agrario, no se está constituyendo con un polígono cerrado, sino como una integración regional con sus vecinos.

Respecto al comercio local urbano, se puede observar que no es estático; es decir, la información con que se construyó el presente documento es cambiante, porque su economía está en crecimiento y ese es un aspecto positivo en el sentido que indica dinámica económica y movimientos

alrededor de la búsqueda de oportunidades de generación de ingresos por parte de sus habitantes. Este es un importante indicador para el Proyecto de Reactivación Económica, pues evidencia que los negocios existentes, así como los nuevos que se van constituyendo, tendrá una base amplia de interesados en ser apoyados por el Fondo Adaptación para el montaje y/o fortalecimiento de sus emprendimientos. Es decir, se está atendiendo claramente una necesidad latente a partir del presente proceso.

En cuanto a la relación urbano – rural, se recomienda tener siempre en la agenda del desarrollo la economía rural, considerando que Gramalote continúa siendo un municipio con vocación agraria y con un potencial de transformación hacia una *nueva ruralidad*, basada en la visión de convertirse en un eje de turismo, posiblemente de base rural, ecológica, ambiental e histórica. Allí, se recomienda pensar el campo gramalotero hacia esas transformaciones sociológicas de las nuevas sociedades rurales, sin dejar de lado la producción tradicional de alimentos, como base aún de la seguridad alimentaria de esta zona del Departamento de Norte de Santander.

Respecto a la comercialización de productos desde la zona rural y hacia esta, se evidencia que los pobladores rurales están buscando alternativas para vender sus productos. Tal es el caso de las ventas casa a casa. Esto indica que se está ejerciendo una presión desde el campo para que el nuevo casco urbano sea más dinámico y tenga una mayor demanda de estos productos. Es decir, ante una reactivación económica del nuevo casco urbano, la oferta y demanda desde los sectores rurales no se harán esperar para dinamizar el comercio. Por su parte, una de las limitantes para que esto avance a cabalidad, es la necesidad de mejoramiento de las vías de penetración y de los medios de transporte para dicho comercio, lo cual se encuentra a cargo de los entes públicos locales y regionales.

Se recomienda usar este documento para ahondar en los distintos tipos de actividades económicas, su ubicación geográfica, sus particularidades y condiciones de cada una, a nivel urbano y rural como guía para identificar los tipos de emprendimientos que se debe apoyar durante el Proyecto de Reactivación Económica. Es decir, este documento es una guía para consultar la pertinencia de los distintos emprendimientos que

se presenten a la convocatoria de apoyo a proyectos productivos, que será voluntario y basado en las ideas propias de los pobladores, pero que pueden tener una guía el análisis espacial para que sus ideas se plasmen acorde a los identificado aquí.

Finalmente se identifica que este documento se hace funcional en la medida que sean recibidas las ideas de negocio. Es decir, una vez se reciba una o varias ideas de negocio, o un paquete de ideas de negocios estas deberán georreferenciarse y clasificarse por tipología de actividad, de manera congruente con la tipología definida en este análisis y con los mapas aquí desarrollados. De esta manera cada idea de negocio podrá ser identificada, analizada y evaluada basada en los distintos ítems de este documento.

El primer paso para que este análisis sea operativo es la recepción de ideas de negocio y luego se procederá con la confrontación de los propuestos en el análisis para poder definir si hay congruencia o no, con las condiciones y necesidades del desarrollo económico de Gramalote.

NOTA:

Dichos productos son susceptibles de ser ajustados o modificados de acuerdo a la dinámica propia del proyecto, del territorio y de la emergencia económica, social y ambiental por la Covid 19, para ello será solicitado por la Supervisión de Fondo Adaptación o por la interventoría en el momento que se requiera.

Control de calidad de información		
	Fundación Socya	Corporación Colombia Internacional CCI
Proyectado	Isabel Cristina Soto Torres Juan Camilo Higueta López Isabel Juliana Rincón Flórez Carlos Mauricio Yaruro Pineda Maribel Mora Cuartas Amparo Mariño Mendoza	
Revisado	Isabel Cristina Soto Torres Isabel Juliana Rincón Flórez Carlos Mauricio Yaruro Pineda Amparo Mariño Mendoza	Ángela María Pineda Bárcenas Fabián José Ballesteros Yajaira Veloza Rodríguez Oscar Leonardo Jiménez Lugdy Amparo Jaime Gaona
Aprobado	Isabel Cristina Soto Torres	Ángela María Pineda Bárcenas
Firmas de aprobación		