

**"DISEÑO DE LA "RUTA TURÍSTICA DEL DULCE" (LA RUTA DULCE) DE LOS DEPARTAMENTOS DE CALDAS, CAUCA, CUNDINAMARCA, HUILA, MAGDALENA, NARIÑO Y VALLE DEL CAUCA"**

**Convenio FNTC-585-2023**

**Cooperante:**

FUNDACION PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA CULTURA, EL PATRIMONIO Y EL TURISMO – FUNDACULTA

**Compromiso Específico:**

**Entregable 3 (d)** Un documento de diagnóstico y caracterización de los atractivos y actores (organizaciones comunitarias, prestadores de servicios turísticos, agentes culturales y otros relevantes) vinculados a la producción y comercialización de vinos, tafias, coches, rones y licores, y en general los productos derivados de las mieles paneleras artesanales, ubicados en los 18 municipios que impacta el proyecto.

**Julio de 2024**



## TABLA DE CONTENIDO

CARACTERIZACIÓN	9
<b>Buenaventura</b>	<b>15</b>
Contexto	15
Perfil organizacional y formalización.	16
Ubicación y accesibilidad.	17
Productos y servicios	19
Capacidad de prestación de servicios turísticos.	20
Capacidad de prestación de servicios complementarios.	21
Asociación comercial con otros proveedores de servicios turísticos	24
Estética, infraestructura y señalética	25
Sostenibilidad	27
Inclusión	29
Uso de Tics	30
Bilingüismo	31
Experiencia turística potencial	32
Valoración de los actores con potencial de integrarse a la ruta en Buenaventura	33
<b>Isla de San Andrés y Providencia</b>	<b>34</b>
Contexto	34
Perfil organizacional y formalización.	35
Ubicación y accesibilidad	37
Productos y servicios	39
Capacidad de prestación de servicios turísticos	40
Capacidad de prestación de servicios complementarios	43
Asociación comercial con otros proveedores de servicios turísticos	46
Estética, infraestructura y señalética	48
Sostenibilidad	50
Inclusión	51
Uso de Tics	53
Bilingüismo	55
Experiencia turística potencial	56



Valoración de los actores con potencial de integrarse a la ruta en Iznos \_\_\_\_\_ 58

**Manizales** \_\_\_\_\_ 60

Contexto \_\_\_\_\_ 60

Perfil organizacional y formalización. \_\_\_\_\_ 61

Ubicación y accesibilidad. \_\_\_\_\_ 62

Productos y servicios \_\_\_\_\_ 64

Capacidad de prestación de servicios turísticos. \_\_\_\_\_ 65

Capacidad de prestación de servicios complementarios. \_\_\_\_\_ 67

Asociación comercial con otros proveedores de servicios turísticos \_\_\_\_\_ 69

Estética, infraestructura y señalética \_\_\_\_\_ 71

Sostenibilidad \_\_\_\_\_ 73

Inclusión \_\_\_\_\_ 74

Uso de Tics \_\_\_\_\_ 75

Bilingüismo \_\_\_\_\_ 76

Experiencia turística potencial \_\_\_\_\_ 77

Valoración de los actores con potencial de integrarse a la ruta en Manizales \_\_\_\_\_ 79

**Provincia de Gualivá** \_\_\_\_\_ 80

Contexto \_\_\_\_\_ 80

Perfil organizacional y formalización. \_\_\_\_\_ 80

Ubicación y accesibilidad. \_\_\_\_\_ 82

Productos y servicios \_\_\_\_\_ 84

Capacidad de prestación de servicios turísticos. \_\_\_\_\_ 85

Capacidad de prestación de servicios complementarios. \_\_\_\_\_ 88

Asociación comercial con otros proveedores de servicios turísticos \_\_\_\_\_ 91

Estética, infraestructura y señalética \_\_\_\_\_ 93

Sostenibilidad \_\_\_\_\_ 95

Inclusión \_\_\_\_\_ 97

Uso de Tics \_\_\_\_\_ 98

Bilingüismo \_\_\_\_\_ 100

Experiencia turística potencial \_\_\_\_\_ 101

Valoración de los actores con potencial de integrarse a la ruta en la Provincia de Gualivá \_\_\_\_\_ 103

**Ricaurte** \_\_\_\_\_ 105

Contexto	105
Perfil organizacional y formalización.	106
Ubicación y accesibilidad.	107
Productos y servicios	108
Capacidad de prestación de servicios turísticos.	110
Capacidad de prestación de servicios complementarios.	112
Asociación comercial con otros proveedores de servicios turísticos	114
Estética, infraestructura y señalética	116
Sostenibilidad	117
Inclusión	119
Uso de Tics	120
Bilingüismo	121
Experiencia turística potencial	122
Valoración de los actores con potencial de integrarse a la ruta en Ricaurte	123
<b>Santander de Quilichao</b>	<b>125</b>
Contexto	125
Perfil organizacional y formalización.	126
Ubicación y accesibilidad.	127
Productos y servicios	128
Capacidad de prestación de servicios turísticos.	128
Capacidad de prestación de servicios complementarios.	129
Asociación comercial con otros proveedores de servicios turísticos	131
Estética, infraestructura y señalética	132
Sostenibilidad	133
Inclusión	134
Uso de Tics	135
Bilingüismo	136
Experiencia turística potencial	137
Valoración de los actores con potencial de integrarse a la ruta en Santander de Quilichao	138
<b>Santa Marta</b>	<b>139</b>
Contexto	139
Perfil organizacional y formalización.	139
Ubicación y accesibilidad.	141

Productos y servicios	142
Capacidad de prestación de servicios turísticos.	144
Capacidad de prestación de servicios complementarios.	146
Asociación comercial con otros proveedores de servicios turísticos	148
Estética, infraestructura y señalética	151
Sostenibilidad	153
Inclusión	154
Uso de Tics	155
Bilingüismo	156
Experiencia turística potencial	157
Valoración de los actores con potencial de integrarse a la ruta en Santa Marta	159



## ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1. Indicadores y criterios de evaluación de las dimensiones de análisis</i>	11
<i>Tabla 2. Perfil organizacional y formalización - Buenaventura</i>	16
<i>Tabla 3. Ubicación y accesibilidad - Buenaventura</i>	17
<i>Tabla 4. Productos y servicios - Buenaventura</i>	19
<i>Tabla 5. Capacidad de prestar servicios turísticos - Buenaventura</i>	20
<i>Tabla 6. Capacidad de prestar servicios complementarios - Buenaventura</i>	21
<i>Tabla 7. Asociación comercial en turismo - Buenaventura</i>	24
<i>Tabla 8. Estética, infraestructura y señalética - Buenaventura</i>	25
<i>Tabla 9. Sostenibilidad - Buenaventura</i>	27
<i>Tabla 10. Inclusión - Buenaventura</i>	29
<i>Tabla 11. Uso de tics - Buenaventura</i>	30
<i>Tabla 12. Bilingüismo - Buenaventura</i>	31
<i>Tabla 13. Experiencia turística potencial - Buenaventura</i>	32
<i>Tabla 14. Valoración actores caracterizados - Buenaventura</i>	33
<i>Tabla 15. Perfil organizacional y formalización - Iznos</i>	35
<i>Tabla 16. Ubicación y accesibilidad - Iznos</i>	37
<i>Tabla 17. Productos y servicios - Iznos</i>	39
<i>Tabla 18. Capacidad de prestar servicios turísticos - Iznos</i>	40
<i>Tabla 19. Capacidad de prestar servicios complementarios - Iznos</i>	43
<i>Tabla 20. Asociación comercial servicios turísticos - Iznos</i>	46
<i>Tabla 21. Estética, infraestructura y señalética - Iznos</i>	48
<i>Tabla 22. Sostenibilidad - Iznos</i>	50
<i>Tabla 23. Inclusión - Iznos</i>	51
<i>Tabla 24. Uso de tics - Iznos</i>	53
<i>Tabla 25. Bilingüismo - Iznos</i>	55
<i>Tabla 26. Experiencia turística potencial - Iznos</i>	56
<i>Tabla 27. Valoración de los actores - Iznos</i>	58
<i>Tabla 28. Perfil organizacional y formalización - Manizales</i>	61
<i>Tabla 29. Ubicación y accesibilidad - Manizales</i>	62
<i>Tabla 30. Productos y servicios - Manizales</i>	64
<i>Tabla 31. Capacidad de prestar servicios turísticos - Manizales</i>	65
<i>Tabla 32. Capacidad de prestar servicios complementarios - Manizales</i>	67
<i>Tabla 33. Asociación comercial servicios turísticos - Manizales</i>	69

Tabla 34. Estética, infraestructura y señalética - Manizales	71
Tabla 35. Sostenibilidad - Manizales	73
Tabla 36. Inclusión - Manizales	74
Tabla 37. Uso de Tics - Manizales	75
Tabla 38. Bilingüismo - Manizales	76
Tabla 39. Experiencia turística potencial - Manizales	77
Tabla 40. Valoración de los actores - Manizales	79
Tabla 41. Perfil organizacional y formalización - Provincia de Gualivá	80
Tabla 42. Ubicación y accesibilidad - Provincia de Gualivá	82
Tabla 43. Productos y servicios - Provincia de Gualivá	84
Tabla 44. Capacidad de prestar servicios turísticos - Provincia de Gualivá	85
Tabla 45. Capacidad de prestar servicios complementarios - Provincia de Gualivá	88
Tabla 46. Asociación comercial servicios turísticos - Provincia de Gualivá	91
Tabla 47. Estética, infraestructura y señalética - Provincia de Gualivá	93
Tabla 48. Sostenibilidad - Provincia de Gualivá	95
Tabla 49. Inclusión - Provincia de Gualivá	97
Tabla 50. Uso de Tics - Provincia de Gualivá	98
Tabla 51. Bilingüismo - Provincia de Gualivá	100
Tabla 52. Experiencia turística potencial - Provincia de Gualivá	101
Tabla 53. Valoración de los actores - Provincia de Gualivá	103
Tabla 54. Perfil organizacional y formalización - Ricaurte	106
Tabla 55. Ubicación y accesibilidad - Ricaurte	107
Tabla 56. Productos y servicios - Ricaurte	108
Tabla 57. Capacidad de prestar servicios turísticos - Ricaurte	110
Tabla 58. Capacidad de prestar servicios complementarios - Ricaurte	112
Tabla 59. Asociación comercial servicios turísticos - Ricaurte	114
Tabla 60. Estética, infraestructura y señalética - Ricaurte	116
Tabla 61. Sostenibilidad - Ricaurte	117
Tabla 62. Inclusión - Ricaurte	119
Tabla 63. Uso de Tics - Ricaurte	120
Tabla 64. Bilingüismo - Ricaurte	121
Tabla 65. Experiencia turística potencial - Ricaurte	122
Tabla 66. Valoración de los actores - Ricaurte	124
Tabla 67. Perfil organizacional y formalización - Santander de Quilichao	126
Tabla 68. Ubicación y accesibilidad - Santander de Quilichao	127

<i>Tabla 69. Productos y servicios - Santander de Quilichao</i>	128
<i>Tabla 70. Capacidad de prestar servicios turísticos</i>	128
<i>Tabla 71. Capacidad de prestar servicios complementarios - Santander de Quilichao</i>	129
<i>Tabla 72. Asociación comercial servicios turísticos - Santander de Quilichao</i>	131
<i>Tabla 73. Estética, infraestructura y señalética - Santander de Quilichao</i>	132
<i>Tabla 74. Sostenibilidad - Santander de Quilichao</i>	133
<i>Tabla 75. Inclusión - Santander de Quilichao</i>	134
<i>Tabla 76. Uso de Tics - Santander de Quilichao</i>	135
<i>Tabla 77. Bilingüismo - Santander de Quilichao</i>	136
<i>Tabla 78. Experiencia turística potencial - Santander de Quilichao</i>	137
<i>Tabla 79. Valoración de los actores - Santander de Quilichao</i>	138
<i>Tabla 80. Perfil organizacional y formalización - Santa Marta</i>	139
<i>Tabla 81. Ubicación y accesibilidad - Santa Marta</i>	141
<i>Tabla 82. Productos y servicios - Santa Marta</i>	142
<i>Tabla 83. Capacidad de prestar servicios turísticos - Santa Marta</i>	144
<i>Tabla 84. Capacidad de prestar servicios complementarios - Santa Marta</i>	146
<i>Tabla 85. Asociación comercial servicios turísticos - Santa Marta</i>	148
<i>Tabla 86. Estética, infraestructura y señalética - Santa Marta</i>	151
<i>Tabla 87. Sostenibilidad - Santa Marta</i>	153
<i>Tabla 88. Inclusión - Santa Marta</i>	154
<i>Tabla 89. Uso de Tics - Santa Marta</i>	155
<i>Tabla 90. Bilingüismo - Santa Marta</i>	156
<i>Tabla 91. Experiencia turística potencial - Santa Marta</i>	157
<i>Tabla 92. Valoración de los actores - Santa Marta</i>	159



## CARACTERIZACIÓN

El desarrollo de esta actividad se hizo en cuatro fases:

- a. Diseño de los instrumentos de caracterización: formato de encuesta en plataforma digital, guion de entrevista y checklist de verificación in situ.
- b. Identificación, individualización y contacto previo con los actores. Esta actividad se coordinó con los enlaces locales contratados en los siete destinos. A través de su gestión se identificaron e individualizaron los actores y se concertó con estos la agenda de visitas técnicas de caracterización.
- c. Visitas técnicas a los actores para la práctica de los instrumentos de caracterización.
- d. Análisis de la información y construcción del documento entregable.

Los instrumentos de caracterización se diseñaron para evaluar diferentes aspectos organizacionales, físicos y operativos de la actividad que desarrollan los actores y que tienen incidencia en la potencialidad de articularse a un producto turístico como lo es la Ruta Turística del Dulce.

Estos aspectos de diagnóstico se organizaron a través de 12 dimensiones de análisis:



Ilustración 1. Dimensiones de análisis del proceso de caracterización



Tabla 1. Indicadores y criterios de evaluación de las dimensiones de análisis

DIMENSIÓN	OBJETIVO	INDICADORES	Criterios de valoración
<b>1. Perfil organizacional y estado de formalización.</b>	Describir los aspectos organizacionales básicos de los actores, su naturaleza jurídica, su estado de formalización y su tiempo de operación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Estado de formalización: registro mercantil, RUT y RNT. Análisis</li> <li>b. Empleo formal e informal.</li> <li>c. Naturaleza jurídica de la organización.</li> <li>a. Tiempo de operación.</li> </ul>	<p>Los actores que cuentan con el registro mercantil y el tributario se calificaron con 10 puntos; si únicamente cuentan uno de los dos registros, con 8 puntos y, si no cuentan con ninguno, 6 puntos. Si el 100% del empleo generado por el actor es formal, se calificó con 10 puntos; si es menor al 70%, 8 puntos, y si es menor al 50%, 6 puntos.</p> <p>El tiempo de operación fue valorado otorgando 10 puntos a los actores que cuenten con más de 5 años de operación; 9 puntos, si están entre los 3 y 5 años, 8 puntos entre 1 y 3 años y 7 puntos si llevan menos de 1 año de operación.</p> <p>Finalmente, se sumaron los 3 valores para obtener un valor numérico sintético de valoración de cada actor.</p>
<b>2. Ubicación y accesibilidad</b>	Evaluar la potencialidad de articulación a la ruta desde la perspectiva de la accesibilidad física al lugar en que desarrolla sus actividades.	<ul style="list-style-type: none"> <li>b. Zona: urbana / rural</li> <li>c. Distancia del centro urbano</li> <li>d. Accesibilidad: estado de la vía y disponibilidad de transporte.</li> </ul>	<p>Los actores que se ubican a menos de 10km del centro urbano, se califican con 10 puntos y los que están a más de 10km, 7 puntos. Los actores a los que se accede por una vía en buen estado se calificaron con 10 puntos; por vía en estado regular 9 y por vía en mal estado, 8 puntos.</p> <p>Los actores a los que se accede por transporte público y privado se calificaron con 10 puntos y los otros con 8 puntos.</p> <p>Finalmente, se sumaron los 3 valores para obtener un valor numérico sintético de valoración de cada actor.</p>
<b>3. Productos y servicios</b>	Identificar y evaluar los productos y servicios ofrecidos por los actores ligados a la temática central de la ruta.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Capacidad de producción</li> <li>b. Productos derivados de miel panelera o jugos de caña.</li> </ul>	No se evalúa esta dimensión
<b>4. Capacidad de prestación de servicios turísticos y complementarios</b>	Identificar y evaluar los servicios turísticos que actualmente prestan (o están en capacidad de prestar) los actores caracterizados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Servicios turísticos (alojamiento, alimentación, guianza, transporte, agencia de viajes, oficina de representación turística, experiencias de naturaleza, aventura o culturales, etc.)</li> <li>b. Servicios complementarios: escuelas/talleres de</li> </ul>	<p>El actor que presta 4 o más servicios turísticos, obtuvo 10 puntos; 9,5 puntos, si presta 3 servicios turísticos; 9, si presta 2; 8,5, si presta 1, y, 8 puntos, si no presta ningún tipo de servicio turístico.</p> <p>Si un actor presta 4 o más servicios complementarios, se calificó con 10 puntos; si presta 3 servicios, 9.5 puntos; si presta 2, 9</p>

DIMENSIÓN	OBJETIVO	INDICADORES	Criterios de valoración
		artes, salas/teatros, tiendas, mercados, bar, discoteca, agricultura, deportes tradicionales, artesanías, etc.	puntos; si presta solo un servicio, 8:5 puntos; 8 puntos, si no presta ningún servicio complementario.
<b>5. Asociatividad comercial con otros proveedores de servicios</b>	Identificar el grado de asociatividad comercial con PSTs, servicios culturales y puntos de venta.	a. Servicios turísticos: alojamiento, restaurante, guianza, otros servicios turísticos. b. Escenarios culturales c. Mercados tradicionales d. Agricultura tradicional	Si un actor este asociado con 4 o más servicios en el destino, se calificó con 10 puntos; con 3 servicios, 9.5 puntos; con 2, 9 puntos; con 1, 8.5 puntos; si no está asociado comercialmente con nadie, se calificó con 8 puntos.  Finalmente, se sumaron los 3 valores para obtener un valor numérico sintético de valoración de cada actor.
<b>6. Estética, infraestructura y señalética</b>	Identificar el grado de adecuación estética, funcional y normativa de sus espacios físicos y establecimientos.	a. Inversión en diseño. b. Implementación de señalética: emergencia o evacuación, condición segura, incendios, señalética fotoluminiscente, prohibición, precaución o peligro, obligación. c. Infraestructura: parqueaderos, batería de baño para visitantes.	Los actores que invierten en el diseño y estética de sus espacios de producción y comercialización se calificaron con 10 puntos; los que no, con 7,5 puntos. La diferencia numérica entre estos dos grupos se justifica por la importancia que la condición estética de los lugares de trabajo tiene para una experiencia turística.  Los actores que tienen implementados los siete sistemas de señalética se califican con 10 puntos; se les restará 0.3 puntos a cada actor por cada sistema de señalética que no tenga implementado.  Los actores que disponen de baño para visitantes se calificaron con 10 puntos; los que no, con 6. Al igual los que disponen de parqueadero de visitantes. La diferencia numérica radica en la importancia que para el turismo tiene la disponibilidad de estas infraestructuras en los establecimientos que visitarán los turistas. Finalmente, se sumaron los 3 valores para obtener un valor numérico sintético de valoración de cada actor.
<b>7. Sostenibilidad</b>	Identificar y valorar el grado de implementación de estrategias de sostenibilidad medioambiental.	a. Gestión de residuos sólidos y líquidos. b. Gestión de emisión de gases. c. Gestión de uso del agua. d. Gestión del uso de energía.	El actor que hace una gestión sostenible de los 5 factores evaluados se calificó con 10 puntos; por cada factor de sostenibilidad que no gestiona el actor, se le restó 0.5 puntos.  Finalmente, se sumaron los 3 valores para obtener un valor numérico sintético de valoración de cada actor.
<b>8. Inclusión</b>	Identificar y valorar el	a. Implementación	Los actores que tienen implementada alguna herramienta de

DIMENSIÓN	OBJETIVO	INDICADORES	Criterios de valoración
	grado de implementación de estrategias de inclusión para la atención de discapacidades humanas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>b. de alguna estrategia.</li> <li>c. Baños adaptados</li> <li>d. Rampas para movilidad reducida</li> <li>e. Textos para discapacidad visual reducida.</li> <li>f. Dispositivos multimedia</li> </ul>	<p>inclusión se calificaron con 10 puntos; los que no, con 8.</p> <p>Finalmente, se sumaron los 3 valores para obtener un valor numérico sintético de valoración de cada actor.</p>
<b>9. Uso de TICs</b>	Identificar y evaluar el grado de implementación de tecnologías para la eficiencia y competitividad de productos y servicios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Tienda online</li> <li>b. Formas de pago: efectivo, transferencia electrónica, tarjetas de crédito o débito, transferencia QR y divisa extranjera.</li> </ul>	<p>Si los actores tienen tienda online, se calificaron con 10 puntos, si no, 8.</p> <p>Si los actores cuentan con la disponibilidad de las cinco TIC evaluadas, se calificaron con 10 puntos; se restó 0.5 puntos a cada actor, por cada TIC que no posea.</p> <p>Finalmente, se sumaron los 3 valores para obtener un valor numérico sintético de valoración de cada actor.</p>
<b>10. Bilingüismo</b>	Identificar la potencialidad de prestación de los servicios a turistas extranjeros que no hablen castellano.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Señalética en segundo idioma</li> <li>b. Número de empleados bilingües</li> <li>c. Información de productos y servicios en segundo idioma.</li> </ul>	<p>Si el actor cuenta con señalética en un segundo idioma, se calificó con 10 puntos, si no, con 8.</p> <p>Si cuenta con empleados bilingües se calificó con 10 puntos; si no, con 7.</p> <p>Si la información de sus productos se encuentra en un segundo idioma, se calificó con 10 puntos; si no, con 7.</p> <p>Finalmente, se sumaron los 3 valores para obtener un valor numérico sintético de valoración de cada actor.</p>
<b>11. Experiencia turística potencial</b>	Esta dimensión evalúa si la actividad que desarrolla el actor puede constituirse como una experiencia con valor turístico. Aunque es un análisis subjetivo, está basado en la observación directa que el equipo consultor realizó durante la visita técnica y en los resultados de los análisis objetivos que se hicieron para valorar las otras	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Potencialidad de ofrecer una experiencia turística en la ruta.</li> <li>b. Descripción de la experiencia</li> </ul>	<p>Si el actor cuenta con una experiencia turística vinculable a la ruta, se calificó con 10 puntos, si no, con 0 puntos.</p> <p>la variación numérica en la calificación está justificada por la importancia que esta dimensión tiene para la caracterización de los actores y para la selección de los que integrarán la fase de diseño de la ruta, tal y como se explicó en los objetivos de las dimensiones de análisis.</p>



DIMENSIÓN	OBJETIVO	INDICADORES	Criterios de valoración
	<p>dimensiones.</p> <p>La existencia de una experiencia turística potencial en la actividad que desarrolla el actor define también la pertinencia de valorar otros elementos para efectos de integrar la ruta.</p> <p>Esta dimensión no evalúa los productos y servicios que en sí que prestan los actores, sino como éstos pueden constituirse en una experiencia turística.</p>		
<b>12. Valoración conjunta de los actores</b>	<p>Analizar objetivamente las diferentes variables planteadas en el estudio de caracterización de los actores en un destino, a través de la asignación de un coeficiente numérico de valoración.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Perfil y formalidad</li> <li>b. Ubicación y accesibilidad</li> <li>c. Servicios turísticos</li> <li>d. Servicios complementarios</li> <li>e. Asociatividad comercial</li> <li>f. Estética, infraestructura y señalética.</li> <li>g. Sostenibilidad</li> <li>h. Inclusión</li> <li>i. Uso de TICs</li> <li>j. Bilingüismo</li> <li>k. Experiencia turística potencial</li> <li>l. Total</li> </ul>	



## Buenaventura

### Contexto

El distrito de Buenaventura destaca por la producción del Viche y de sus derivados, cuenta con unas particularidades que lo hacen especial dentro de la diversidad de la producción de esta bebida artesanal y ancestral del pacífico colombiano. El viche de Buenaventura se elabora principalmente con una variedad de caña de azúcar cultivada localmente. Aspectos como la calidad del suelo y el clima de la región contribuyen a una caña de azúcar especialmente dulce y adecuada para la producción del licor llamada localmente "Caña del pacífico".

La destilación del viche es un proceso tradicional y artesanal que se lleva a cabo en alambiques rudimentarios, ubicados en las cercanías de los "trapiches". Este proceso involucra en primera instancia la obtención del jugo de caña, su posterior fermentación en grandes pimpinas y finalmente su destilación en el alambique artesanal.

La producción y consumo de viche están profundamente ligados a la herencia afrodescendiente. Las técnicas y conocimientos se transmiten de generación en generación, y la bebida se utiliza en una variedad de contextos culturales y ceremoniales. Además de su consumo recreativo, el viche se utiliza en la medicina tradicional y en rituales espirituales. Se cree que tiene propiedades curativas, como aliviar dolores estomacales y mejorar la circulación sanguínea.

Es común agregar diferentes ingredientes al viche para crear variedades con sabores y texturas únicas. Entre estos ingredientes se incluyen hierbas locales, frutas y especias de conocimiento ancestral, que no solo intensifican los sabores, sino también sus propiedades medicinales. Aunque la producción de viche es tradicional, los productores en Buenaventura también experimentan con nuevas recetas y métodos para diversificar los productos, manteniendo siempre la esencia artesanal de la bebida.

Actualmente, los "saberes y tradiciones asociados al viche/biche del Pacífico" hacen parte de la lista representativa del patrimonio cultural inmaterial del ámbito nacional de Colombia.



## Perfil organizacional y formalización.

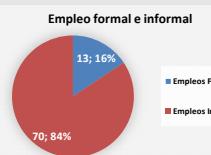
Tabla 2. Perfil organizacional y formalización - Buenaventura

Actores	FORMALIDAD Y NATURALEZA JURÍDICA							
	Registro Mercantil	RUT	RNT	Empleos Formales	Empleos Informales	% de formalidad	Tipo de organización	Tiempo de operación
1. ASOCIACIÓN DE MUJERES NEGRAS Y CAMPESINAS	Si	Si	No	9	14	39%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES - CONSEJOS COMUNITARIOS	MÁS DE 5 AÑOS
2. ASOCIACIÓN DE MUJERES CAMPESINAS NEGRAS E INDÍGENAS DE BUENAVENTURA – VITRINA PACÍFICA	Si	Si	No	2	0	100%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES - CONSEJOS COMUNITARIOS	ENTRE 1 Y 3 AÑOS
3. COMUNIDAD PALMERAS	No	No	No	0	0	0%	PERSONA NATURAL	MÁS DE 5 AÑOS
4. EL PARAÍSO DEL SABOR - CHÍA RICURAS DEL PACÍFICO - MAYEL RICURAS DEL PACÍFICO	No	No	No	0	6	0%	PERSONA NATURAL	MÁS DE 5 AÑOS
5. AFRO VICH	No	No	No	0	4	0%	PERSONA NATURAL	ENTRE 1 Y 3 AÑOS
6. SABORES SIXTA Y ASOCIADOS SAS. DELICIAS ESNEIDA Y ASOCIADOS SAS, EL ACTIVADOR	Si	Si	No	0	9	0%	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	MÁS DE 5 AÑOS
7. DELICIAS TINA Y ASOCIADOS	Si	Si	No	0	6	0%	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	MÁS DE 5 AÑOS
8. FUNDACIÓN CULTURAL ANCESTRAL JUANCHACO	Si	Si	Si	2	6	25%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	MÁS DE 5 AÑOS
9. MUJERES ÉBANO LADRILLEROS CON IDENTIDAD CONSERVAMOS VIDA	Si	Si	No	0	12	0%	OTRA FORMA DE ORGANIZACIÓN COLECTIVA ORGANIZADA	MÁS DE 5 AÑOS
10. MAMÁ YEYA RAÍCES	Si	Si	Si	0	7	0%	PERSONA NATURAL	MÁS DE 5 AÑOS
11. COSETUR	Si	Si	No	0	6	0%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	MÁS DE 5 AÑOS



Actores que cuentan con:

- RNT: 18%
- RUT: 73%
- Registro Mercantil: 73%



Empleo formal e informal

Empleos Formales: 13%	Empleos Informales: 84%
-----------------------	-------------------------



Tipo de Organización

OTRA FORMA DE ORGANIZACIÓN COLECTIVA ORGANIZADA: 9%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES: 18%
SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA: 18%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES - CONSEJOS COMUNITARIOS: 18%
PERSONA NATURAL: 36%	



Tiempo de operación

Más de 5 años: 82%	Entre 1 y 3 años: 18%
--------------------	-----------------------

### Evaluación de la dimensión:

Actores	FORMALIDAD Y NATURALEZA JURÍDICA							
	Registro Mercantil	RUT	RNT	Empleos Formales	Empleos Informales	% de formalidad	Tipo de organización	Tiempo de operación
El 73% de los actores realizan sus actividades formalmente (con registro mercantil y con registro único tributario). Sólo dos actores cuentan con registro nacional de turismo.								
El 84% de los empleos generados por los actores es informal (70 empleados) y solo un 16% generan empleos formales (13 empleados).								
En cuanto al tipo de organización, el 36% son empresas unipersonales, el 27% son personas naturales, el 23% son organizaciones de base comunitaria, asociaciones, consejos comunitarios y otras formas de organización colectiva, el 9% madres cabeza de hogar y un 5%, SAS.								
En cuanto al tiempo de operación, el 54% de los actores realizan su actividad hace más de 5 años, el 14% entre 3 y 5 años, el 23% entre 1 y 3 años, y el 5% hace menos de 1 año. Esta realidad demuestra el arraigo y reciente desarrollo que en el destino tiene la producción y comercialización de licores y otros derivados.								

## Ubicación y accesibilidad.

Tabla 3. Ubicación y accesibilidad - Buenaventura

Actor	Zona			Distancia			Accesibilidad	
	Urbana	Rural	<5 km	>5km a <10 km	>10km	Estado de las vías	Disponibilidad de transporte	
1. ASOCIACIÓN DE MUJERES NEGRAS Y CAMPESINAS	X				X	Regular		Privado
2. ASOCIACIÓN DE MUJERES CAMPESINAS NEGRAS E INDÍGENAS DE BUENAVENTURA – VITRINA PACÍFICA	X		X			Regular		Público - Privado
3. COMUNIDAD PALMERAS		X		X		Malo		Privado
4. EL PARAÍSO DEL SABOR - CHÍA RICURAS DEL PACÍFICO - MAYEL RICURAS DEL PACÍFICO	X			X		Regular		Privado
5. AFRO VICH		X		X		Malo		Privado
6. SABORES SIXTA Y ASOCIADOS SAS. DELICIAS ESNEIDA Y ASOCIADOS SAS, EL ACTIVADOR	X		X			Regular		Público - Privado

Actor	Zona		Distancia			Accesibilidad	
	Urbana	Rural	<5 km	>5km a <10 km	>10km	Estado de las vías	Disponibilidad de transporte
7. DELICIAS TINA Y ASOCIADOS	x		x			Malo	Público - Privado
8. FUNDACIÓN CULTURAL ANCESTRAL JUANCHACO		x			x	Regular	Privado
9. MUJERES ÉBANO LADRILLEROS CON IDENTIDAD CONSERVAMOS VIDA		x			x	Regular	Privado
10. MAMÁ YEYA RAÍCES		x			x	Regular	Privado
11. COSETUR		x			x	Regular	Privado



#### Evaluación de la dimensión.

El 55% de los actores se encuentran en **zonas rurales**, frente a un 45% que se encuentra en la zona urbana.

El 27% de los actores se encuentran a **menos de 5km** del parque principal del municipio, un 46% se encuentran **entre 5 y 10km** de distancia, y un 27% a **más de 10km**. La distancia es un criterio fundamental para articular la ruta turística, por lo que los que se ubican a más de 10km se les otorgó un menor puntaje.

El 73% de las vías de acceso **hacia los actores caracterizados** se encuentran en una **condición regular** y el 27% de las vías de acceso se encuentran en **mal estado**.

Finalmente, se identificó la disponibilidad de transporte (público / privado) hacia el punto donde se encuentra ubicado el actor caracterizado, resaltando el 73% de los actores se puede acceder con transporte **privado** y el 27% con transporte **público - privado**.



## Productos y servicios

Tabla 4. Productos y servicios - Buenaventura

Actores	Productos y servicios asociados a la temática de la ruta														
	Capacidad de producción		Productos												
	Licores y fermentados (litros x día)	Dulces y otros (kilos x día)	Licores	Dulces	Otro										
1. ASOCIACIÓN DE MUJERES NEGRAS Y CAMPESINAS	Desconoce	2,8	x	x	x										
2. ASOCIACIÓN DE MUJERES CAMPESINAS NEGRAS E INDÍGENAS DE BUENAVENTURA – VITRINA PACÍFICA	Desconoce	-	x		x										
3. COMUNIDAD PALMERAS	-	-	x												
4. EL PARAÍSO DEL SABOR - CHÍA RICURAS DEL PACÍFICO - MAYEL RICURAS DEL PACÍFICO	Desconoce	Desconoce	x	x	x										
5. AFRO VICH	9,7	-	x		x										
6. SABORES SIXTA Y ASOCIADOS SAS. DELICIAS ESNEIDA Y ASOCIADOS SAS, EL ACTIVADOR	33,3	-	x		x										
7. DELICIAS TINA Y ASOCIADOS	Desconoce	-	x		x										
8. FUNDACIÓN CULTURAL ANCESTRAL JUANCHACO	50	-	x		x										
9. MUJERES ÉBANO LADRILLEROS CON IDENTIDAD CONSERVAMOS VIDA	0,6	-	x		x										
10. MAMÁ YEYA RAÍCES	2,8	-	x	x											
11. COSETUR	-	Desconoce			x										
<b>Evaluación de la dimensión:</b>															
La producción de licores artesanales y bebidas fermentadas de los actores caracterizados es de <b>96,4 litros al día</b> , por lo que todos son productores "artesanales", de acuerdo con la Resolución No. 247 de 2021 del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.															
La producción de dulces y otros derivados del conjunto de los actores es de 2,8 kilos diarios.															
Los licores y fermentados que se producen en Buenaventura, son <b>destilados</b> por medio de un proceso artesanal y son derivados del guarapo (jugo de caña) y mieles paneleras.															
El 91% de los actores produce algún tipo de licor o bebida fermentada, un 82% otros derivados (panela o panela pulverizada) y un 27% producen dulces.															
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 50%;"> <p><b>Capacidad de producción diaria</b></p> <table border="1"> <tr> <td>Licores y fermentados</td> <td>96,4</td> </tr> <tr> <td>Dulces y otros derivados</td> <td>2,8</td> </tr> </table> </div> <div style="width: 50%;"> <p><b>Productos identificados</b></p> <table border="1"> <tr> <td>Dulces</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>Otros derivados</td> <td>82%</td> </tr> <tr> <td>Licores</td> <td>91%</td> </tr> </table> </div> </div>						Licores y fermentados	96,4	Dulces y otros derivados	2,8	Dulces	27%	Otros derivados	82%	Licores	91%
Licores y fermentados	96,4														
Dulces y otros derivados	2,8														
Dulces	27%														
Otros derivados	82%														
Licores	91%														

## Capacidad de prestación de servicios turísticos.

Tabla 5. Capacidad de prestar servicios turísticos - Buenaventura

Actores	Servicios turísticos									
	Alojamiento / Hospedaje	Alimentos / Bebidas	Agencias de viajes	Guianza u orientación turística	Transporte terrestre automotor	Parques temáticos, agroturísticos	Oficinas de representación turística	Unidades productivas	Experiencias de naturaleza o culturales	Presta otro servicio turístico
1. ASOCIACIÓN DE MUJERES NEGRAS Y CAMPESINAS										
2. ASOCIACIÓN DE MUJERES CAMPESINAS NEGRAS E INDÍGENAS DE BUENAVENTURA – VITRINA PACÍFICA										
3. COMUNIDAD PALMERAS	Si	Si								
4. EL PARAÍSO DEL SABOR - CHÍA RICURAS DEL PACÍFICO - MAYEL RICURAS DEL PACÍFICO										
5. AFRO VICH										
6. SABORES SIXTA Y ASOCIADOS SAS. DELICIAS ESNEIDA Y ASOCIADOS SAS, EL ACTIVADOR				Si						
7. DELICIAS TINA Y ASOCIADOS										
8. FUNDACIÓN CULTURAL ANCESTRAL JUANCHACO	Si	Si	Si							
9. MUJERES ÉBANO LADRILLEROS CON IDENTIDAD CONSERVAMOS VIDA	Si	Si		Si						
10. MAMÁ YEYA RAÍCES	Si	Si		Si		Si				
11. COSETUR		Si		Si					Si	



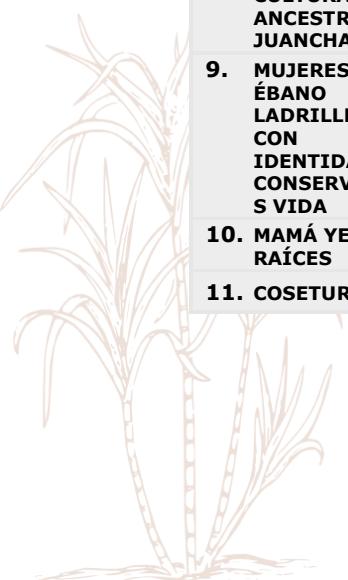


## Capacidad de prestación de servicios complementarios.

Tabla 6. Capacidad de prestar servicios complementarios - Buenaventura

Actores	Escuelas y/o talleres de música, danza, teatro	Teatro, auditorio , sala de conciertos	Salones de exposición y/o taller de artes plásticas	Artes circenses	Tienda y/o taller de artesanías o artes decorativas	Agricultura tradicional	Portador (manifestador ) de patrimonio cultural inmaterial	Centros culturales	Discoteca , bar, casinos, bingos	Mercados tradicionales	Escenarios para la práctica de deportes tradicionales	Otro servicio cultural o asociado
1. ASOCIACIÓN DE MUJERES NEGRAS Y	Si	Si				Si				Si		Si

<b>CAMPESINAS</b>											
<b>2. ASOCIACIÓN DE MUJERES CAMPESINAS NEGRAS E INDÍGENAS DE BUENAVENTURA - VITRINA PACÍFICA</b>	Si				Si						Si
<b>3. COMUNIDAD PALMERAS</b>					Si						
<b>4. EL PARAÍSO DEL SABOR - CHÍA RICURAS DEL PACÍFICO - MAYEL RICURAS DEL PACÍFICO</b>											
<b>5. AFRO VICH</b>	Si			Si							
<b>6. SABORES SIXTA Y ASOCIADOS SAS. DELICIAS ESNEIDA Y ASOCIADOS SAS, EL ACTIVADOR</b>											
<b>7. DELICIAS TINA Y ASOCIADOS</b>											
<b>8. FUNDACIÓN CULTURAL ANCESTRAL JUANCHACO</b>	Si	Si	Si	Si			Si				Si
<b>9. MUJERES ÉBANO LADRILLEROS CON IDENTIDAD CONSERVAMOS VIDA</b>	Si					Si					Si
<b>10. MAMÁ YEYA RAÍCES</b>				Si							
<b>11. COSETUR</b>				Si	Si						



### Análisis conjunto

Los actores prestan servicios complementarios, así: 45% agricultura tradicional; el 45% escuelas y/o talleres de música, danza, teatro; el 36% prestan otros servicios culturales o asociados; el 18% tienda y/o taller de artesanías o artes decorativas; el 18% es manifestador de patrimonio cultural inmaterial; el 18% cuentan con teatro, auditorio y sala de conciertos; el 9% salones de exposición y/o taller de artes plásticas; el 9% centros culturales y el 9% mercados tradicionales.

No ofrecen servicios ligados a discotecas, bares, casinos bingos y tampoco escenarios para la práctica de deportes tradicionales o a las artes circenses.

**Servicios complementarios prestados por los actores**

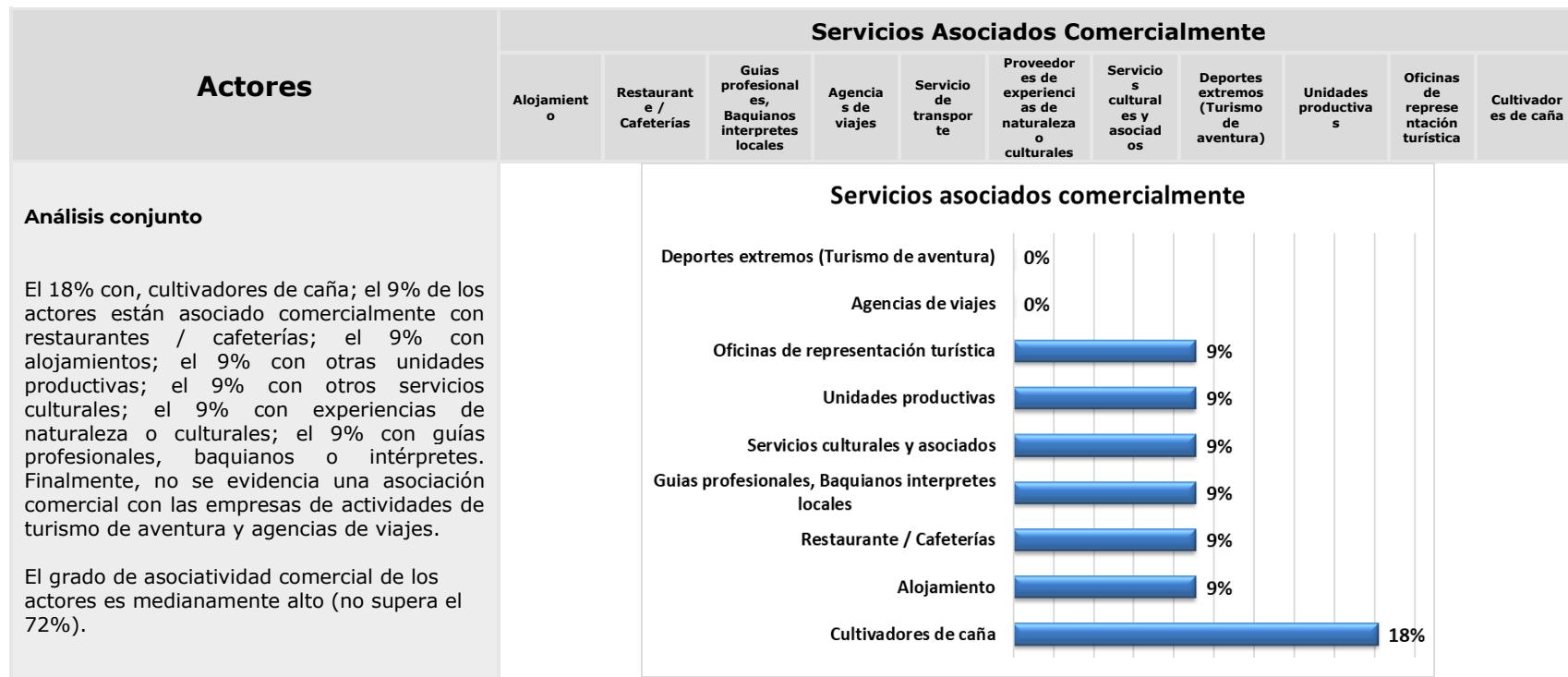


## Asociación comercial con otros proveedores de servicios turísticos

Tabla 7. Asociación comercial en turismo - Buenaventura

Actores	Servicios Asociados Comercialmente										
	Alojamiento	Restaurant e / Cafeterías	Guías profesionales, Baquianos intérpretes locales	Agencias de viajes	Servicio de transporte	Proveedores de experiencias de naturaleza o culturales	Servicios culturales y asociados	Deportes extremos (Turismo de aventura)	Unidades productivas	Oficinas de representación turística	Cultivadores de caña
1. ASOCIACIÓN DE MUJERES NEGRAS Y CAMPESINAS											Si
2. ASOCIACIÓN DE MUJERES CAMPESINAS NEGRAS E INDÍGENAS DE BUENAVENTURA – VITRINA PACÍFICA											
3. COMUNIDAD PALMERAS											Si
4. EL PARAÍSO DEL SABOR - CHÍA RICURAS DEL PACÍFICO - MAYEL RICURAS DEL PACÍFICO											
5. AFRO VICH											
6. SABORES SIXTA Y ASOCIADOS SAS. DELICIAS ESNEIDA Y ASOCIADOS SAS, EL ACTIVADOR											
7. DELICIAS TINA Y ASOCIADOS											
8. FUNDACIÓN CULTURAL ANCESTRAL JUANCHACO											
9. MUJERES ÉBANO LADRILLEROS CON IDENTIDAD CONSERVAMOS VIDA								Si			
10. MAMÁ YEYA RAÍCES	Si	Si		Si							Si
11. COSETUR									Si		





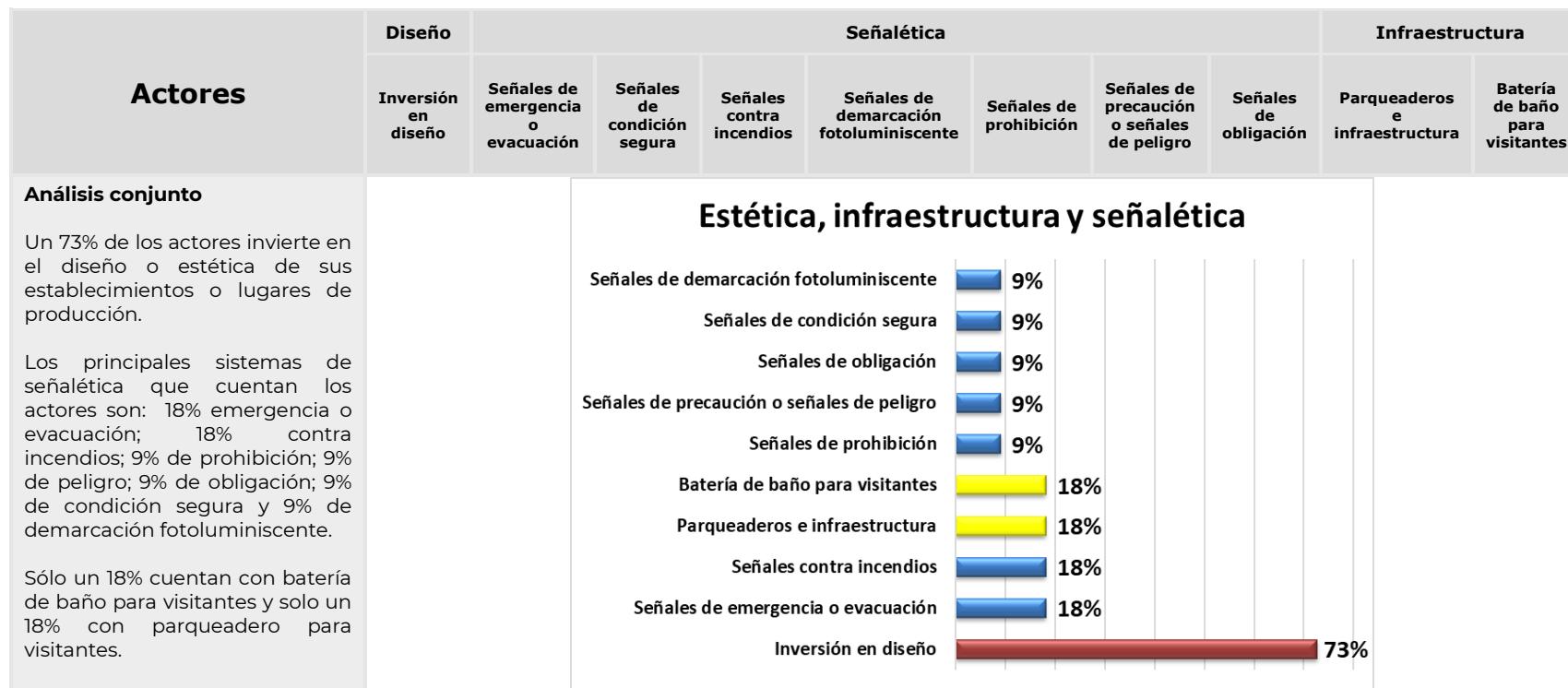
## Estética, infraestructura y señalética

Tabla 8. Estética, infraestructura y señalética - Buenaventura

Actores	Diseño	Señalética								Infraestructura	
		Inversión en diseño	Señales de emergencia o evacuación	Señales de condición segura	Señales contra incendios	Señales de demarcación fotoluminiscente	Señales de prohibición	Señales de precaución o señales de peligro	Señales de obligación		
1. ASOCIACIÓN DE MUJERES NEGRAS Y CAMPESINAS	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si		

Actores	Diseño	Señalética							Infraestructura		
		Inversión en diseño	Señales de emergencia o evacuación	Señales de condición segura	Señales contra incendios	Señales de demarcación fotoluminiscente	Señales de prohibición	Señales de precaución o señales de peligro	Señales de obligación	Parqueaderos e infraestructura	Batería de baño para visitantes
2. ASOCIACIÓN DE MUJERES CAMPESINAS NEGROS E INDÍGENAS DE BUENAVENTURA – VITRINA PACÍFICA	Si									Si	Si
3. COMUNIDAD PALMERAS	Si										
4. EL PARAÍSO DEL SABOR - CHÍA RICURAS DEL PACÍFICO - MAYEL RICURAS DEL PACÍFICO											
5. AFRO VICH											
6. SABORES SIXTA Y ASOCIADOS SAS. DELICIAS ESNEIDA Y ASOCIADOS SAS, EL ACTIVADOR										Si	
7. DELICIAS TINA Y ASOCIADOS	Si										
8. FUNDACIÓN CULTURAL ANCESTRAL JUANCHACO	Si										Si
9. MUJERES ÉBANO LADRILLEROS CON IDENTIDAD CONSERVAMOS VIDA	Si										
10. MAMÁ YEYA RAÍCES	Si									Si	Si
11. COSETUR	Si	Si			Si						





## Sostenibilidad

Tabla 9. Sostenibilidad - Buenaventura

Actores	Herramientas de sostenibilidad				
	Uso de energías limpias	Gestión sostenible de residuos sólidos y líquidos	Gestión sostenible de emisión de gases.	Gestión sostenible del consumo de agua	Gestión sostenible del consumo de energía
1. ASOCIACIÓN DE MUJERES NEGRAS Y CAMPESINAS		Si			
2. ASOCIACIÓN DE MUJERES CAMPESINAS NEGRAS E					

INDÍGENAS DE BUENAVENTURA – VITRINA PACÍFICA				
3. COMUNIDAD PALMERAS		Si		
4. EL PARAÍSO DEL SABOR - CHÍA RICURAS DEL PACÍFICO - MAYEL RICURAS DEL PACÍFICO				
5. AFRO VICH		Si		
6. SABORES SIXTA Y ASOCIADOS SAS. DELICIAS ESNEIDA Y ASOCIADOS SAS, EL ACTIVADOR		Si		
7. DELICIAS TINA Y ASOCIADOS		Si		
8. FUNDACIÓN CULTURAL ANCESTRAL JUANCHACO				
9. MUJERES ÉBANO LADRILLEROS CON IDENTIDAD CONSERVAMOS VIDA				
10. MAMÁ YEYA RAÍCES	Si		Si	
11. COSETUR	Si			Si

**Análisis conjunto**

En cuanto a implementación de sostenibilidad en los procesos se distribuyen de la siguiente forma:

Un 64% de los actores implementan herramientas de gestión sostenible de residuos sólidos y líquidos.

Un 9%, hacen gestión sostenible del consumo de agua.

Un 9%, hacen gestión sostenible del consumo de energía.

Ninguno hace una gestión sostenible de emisión de gases y uso de energías limpias.

**Herramientas de sostenibilidad**

Uso de energías limpias	0%
Gestión sostenible de emisión de gases	0%
Gestión sostenible del consumo de energía	9%
Gestión sostenible del consumo de agua	9%
Gestión sostenible de residuos sólidos y líquidos	64%

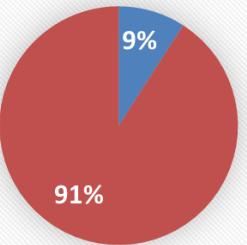


## Inclusión

Tabla 10. Inclusión - Buenaventura

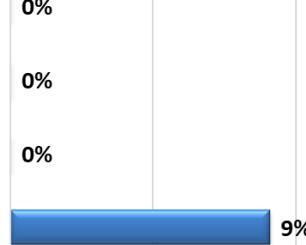
Actores	Herramientas de inclusión		Herramienta			
	No	Si	Baños especializados	Rampas	Visualización de textos	Dispositivos multimedia de fácil acceso
1. ASOCIACIÓN DE MUJERES NEGRAS Y CAMPESINAS	x					
2. ASOCIACIÓN DE MUJERES CAMPESINAS NEGRAS E INDÍGENAS DE BUENAVENTURA – VITRINA PACÍFICA	x					
3. COMUNIDAD PALMERAS	x					
4. EL PARAÍSO DEL SABOR - CHÍA RICURAS DEL PACÍFICO - MAYEL RICURAS DEL PACÍFICO	x					
5. AFRO VICH	x					
6. SABORES SIXTA Y ASOCIADOS SAS. DELICIAS ESNEIDA Y ASOCIADOS SAS, EL ACTIVADOR	x					
7. DELICIAS TINA Y ASOCIADOS	x					
8. FUNDACIÓN CULTURAL ANCESTRAL JUANCHACO		x				Si
9. MUJERES ÉBANO LADRILLEROS CON IDENTIDAD CONSERVAMOS VIDA	x					
10. MAMÁ YEYA RAÍCES	x					
11. COSETUR	x					

**Herramientas de inclusión**



Si	9%
No	91%

**Herramientas de inclusión**



Visualización de textos	0%
Rampas	0%
Baños especializados	0%
Dispositivos multimedia de fácil acceso	9%

**Análisis conjunto**

Solo un 9% de los actores cuenta con alguna herramienta de inclusión: dispositivos multimedia de fácil acceso. Un 91% de los actores no implementan

herramientas de inclusión.

### Uso de Tics

Tabla 11. Uso de tics - Buenaventura

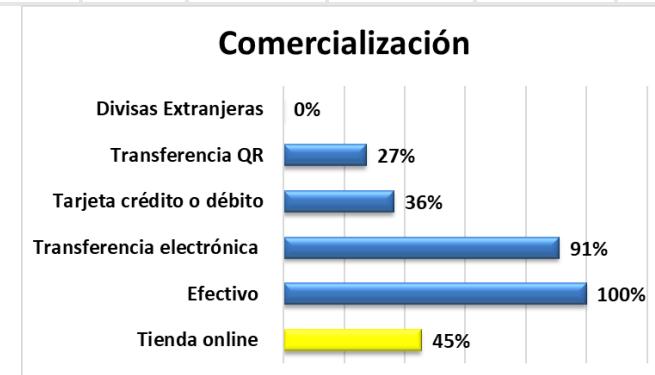
Actores	Tienda online	Medios de Pago				
		Efectivo	Transferencia electrónica	Tarjeta crédito o débito (datáfono)	Transferencia QR	Divisas Extranjeras
1. ASOCIACIÓN DE MUJERES NEGRAS Y CAMPESINAS	Si	Si	Si	Si		
2. ASOCIACIÓN DE MUJERES CAMPESINAS NEGRAS E INDÍGENAS DE BUENAVENTURA – VITRINA PACÍFICA	Si	Si	Si	Si		Si
3. COMUNIDAD PALMERAS	No	Si	Si			
4. EL PARAÍSO DEL SABOR - CHÍA RICURAS DEL PACÍFICO - MAYEL RICURAS DEL PACÍFICO	No	Si	Si			
5. AFRO VICH	Si	Si	Si			
6. SABORES SIXTA Y ASOCIADOS SAS. DELICIAS ESNEIDA Y ASOCIADOS SAS, EL ACTIVADOR	No	Si	Si			
7. DELICIAS TINA Y ASOCIADOS	Si	Si	Si			
8. FUNDACIÓN CULTURAL ANCESTRAL JUANCHACO	Si	Si	Si			
9. MUJERES ÉBANO LADRILLEROS CON IDENTIDAD CONSERVAMOS VIDA	No	Si				
10. MAMÁ YEYA RAÍCES	No	Si	Si	Si	Si	Si
11. COSETUR	Si	Si	Si	Si	Si	

**Análisis conjunto**

El 45% de los actores cuenta con una tienda online.

Los medios de pago aceptados por los actores son: el 100% efectivo; el 91% transferencias electrónicas; el 36% datáfono para tarjetas de crédito o débito; el 27% cuentan con código QR para transferencias; y ningún actor recibe divisas extranjeras.

**Comercialización**



Método de Pago	Porcentaje
Divisas Extranjeras	0%
Transferencia QR	27%
Tarjeta crédito o débito	36%
Transferencia electrónica	91%
Efectivo	100%
Tienda online	45%

## Bilingüismo

Tabla 12. Bilingüismo - Buenaventura

Actores	Señalética en segundo idioma	Idioma de señalética	# empleados bilingües	Información de productos y servicios en un segundo idioma
1. ASOCIACIÓN DE MUJERES NEGRAS Y CAMPESINAS	No		2	No
2. ASOCIACIÓN DE MUJERES CAMPESINAS NEGRAS E INDÍGENAS DE BUENAVENTURA – VITRINA PACÍFICA	No			No
3. COMUNIDAD PALMERAS	No			No
4. EL PARAÍSO DEL SABOR - CHÍA RICURAS DEL PACÍFICO - MAYEL RICURAS DEL PACÍFICO	No			No
5. AFRO VICH	No			No
6. SABORES SIXTA Y ASOCIADOS SAS. DELICIAS ESNEIDA Y ASOCIADOS SAS, EL ACTIVADOR	No			No
7. DELICIAS TINA Y ASOCIADOS	No			No
8. FUNDACIÓN CULTURAL ANCESTRAL JUANCHACO	No		0	Si
9. MUJERES ÉBANO LADRILLEROS CON IDENTIDAD CONSERVAMOS VIDA	Si	LENGUAS INDÍGENAS		No
10. MAMÁ YEYA RAÍCES	No		0	No
11. COSETUR	No		0	No

**Análisis conjunto**

El 91% de los actores no cuenta con señalética en un segundo idioma.

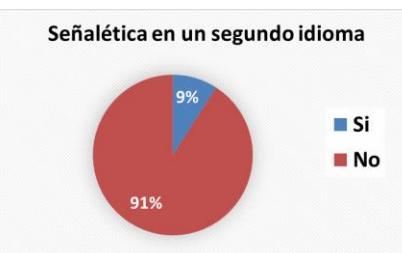
El 91% de los actores no cuenta con información de sus productos en un segundo idioma.

Sólo 1 de actor cuenta con personal que domine un segundo idioma (inglés).

Sólo 1 actor cuenta con información de productos y servicios en un segundo idioma.

Sólo 1 actor cuenta con señalética en otro idioma (indígena).

**Señalética en un segundo idioma**



Si	9%
No	91%

**Información en un segundo idioma**



Si	9%
No	91%

## Experiencia turística potencial

Tabla 13. Experiencia turística potencial - Buenaventura

Actores	¿Su actividad es una experiencia turística?		Experiencia potencial a vincular
	No	Si	
1. ASOCIACIÓN DE MUJERES NEGRAS Y CAMPESINAS	x		
2. ASOCIACIÓN DE MUJERES CAMPESINAS NEGRAS E INDÍGENAS DE BUENAVENTURA – VITRINA PACÍFICA		x	Visita a la tienda especializada de artesanías del pacífico, recorrido por la tienda y explicación sobre la importancia y origen de las artesanías y la cata de cocteles elaborados a base de licor viche elaborado por la asociación de mujeres campesinas, negras e indígenas de buenaventura.
3. COMUNIDAD PALMERAS	x		
4. EL PARAÍSO DEL SABOR - CHÍA RICURAS DEL PACÍFICO - MAYEL RICURAS DEL PACÍFICO	x		
5. AFRO VICH	x		
6. SABORES SIXTA Y ASOCIADOS SAS. DELICIAS ESNEIDA Y ASOCIADOS SAS, EL ACTIVADOR		x	Emprendedoras ubicadas en la entrada al Malecón Bahía de la Cruz, cuentan con una gran variedad de productos derivados del viche, y dulces derivados de la miel panelera. Historia del viche, sus derivados y como estos son vistos por las comunidades del pacífico.
7. DELICIAS TINA Y ASOCIADOS	x		
8. FUNDACIÓN CULTURAL ANCESTRAL JUANCHACO		x	Ubicada en las cercanías de las paradisiacas playas de Juanchaco, Ladrilleros y La barra, cuenta con la posibilidad de realizar la cata de viches y de hasta más de 30 derivados del viche, y vivir experiencias culturales del pacífico como la música, la danza, las charlas conocidas como el miningeo y recorridos por senderos naturales.
9. MUJERES ÉBANO LADRILLEROS CON IDENTIDAD CONSERVAMOS VIDA		x	Permiten a las personas conectarse con la naturaleza y con el ser, mediante sus conocimientos y rituales de medicina ancestral directamente relacionada con el viche y sus derivados.
10. MAMÁ YEYA RAÍCES		x	Ubicados en la reserva natural de San Cipriano es el lugar perfecto para deleitar la deliciosa y variada gastronomía del pacífico colombiano acompañada por los refrescantes cocteles a base de viche
11. COSETUR	x		

### **Valoración de los actores con potencial de integrarse a la ruta en Buenaventura**

La siguiente tabla sintetiza la valoración numérica que los actores caracterizados obtuvieron en las diferentes dimensiones de análisis. Los actores calificados con 90 o más puntos, son los que integrarán la siguiente fase de diseño de la ruta:

Tabla 14. Valoración actores caracterizados - Buenaventura

<b>Actores</b>	Perfil y Formalidad	Ubicación y accesibilidad	Servicios turísticos	Servicios complementarios	Asociación con prestadores	Estética, infraestructura y señalética	Sostenibilidad	Inclusión	Usos de tics	Bilingüismo	Experiencia turística potencial	TOTAL
<b>1. ASOCIACIÓN DE MUJERES NEGRAS Y CAMPESINAS</b>	8,7	8,0	8	10	8,5	8,0	8	8	9,5	8,7	0	85,4
<b>2. ASOCIACIÓN DE MUJERES CAMPESINAS NEGRAS E INDÍGENAS DE BUENAVENTURA – VITRINA PACÍFICA</b>	9,3	9,7	8	9,5	8	9,5	7,5	8	9,8	8,0	10	97,3
<b>3. COMUNIDAD PALMERAS</b>	7,3	8,7	9	8,5	8,5	7,5	8	8	8,3	8,0	0	81,8
<b>4. EL PARAÍSO DEL SABOR - CHÍA RICURAS DEL PACÍFICO - MAYEL RICURAS DEL PACÍFICO</b>	7,3	9,0	8	8	8	6,9	7,5	8	8,3	8,0	0	79
<b>5. AFRO VICH</b>	6,7	8,7	8	9	8	6,9	8	8	9,3	8,0	0	80,6
<b>6. SABORES SIXTA Y ASOCIADOS</b>	8,7	9,7	8,5	8	8	7,9	8	8	8,3	8,0	10	93,1

SAS. <b>DELICIAS ESNEIDA Y ASOCIADOS SAS, EL ACTIVADOR</b>													
<b>7. DELICIAS TINA Y ASOCIADOS</b>	8,7	9,3	8	8	8	7,5	8	8	9, 3	8,0	0	82,8	
<b>8. FUNDACIÓN CULTURAL ANCESTRAL JUANCHACO</b>	8,7	8,0	9,5	10	8	8,5	7,5	10	9, 3	8,7	10	<b>98,2</b>	
<b>9. MUJERES ÉBANO LADRILLEROS CON IDENTIDAD CONSERVAMO S VIDA</b>	8,7	8,0	9,5	9,5	8,5	7,5	7,5	8	8, 0	8,7	10	<b>93,9</b>	
<b>10. MAMÁ YEYA RAÍCES</b>	8,7	8,0	10	8,5	9,5	9,5	9	8	8, 8	8,0	10	<b>98</b>	
<b>11. COSETUR</b>	8,7	8,0	9,5	9	9	7,6	8	8	9, 8	8,0	0	85,6	

## Ichnos

### Contexto

El municipio de Ichnos es conocido por su larga data en el mundo arqueológico, donde destacan la presencia de dos parques: El parque arqueológico Alto de los Ídolos, y el parque arqueológico Alto de las Piedras. Rodeados estos por incontables hectáreas de caña de azúcar panelera y cultivos de café. La tradición panelera del municipio es tan arraigada que se presenta como el único municipio analizado de la ruta en donde la azúcar fue reemplazada, en tiendas, cafeterías, restaurantes, discotecas, y en general en cualquier expendio de alimentos y bebidas, por la panela pulverizada.

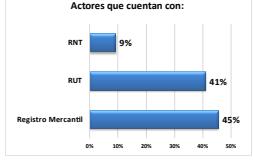
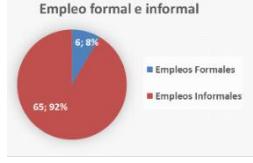
La panela pulverizada un método de producción de panela innovador y de mucho mejores rendimientos para la industria artesanal panelera del municipio de Isnos, de la que derivan incontables dulces producidos gracias a esta panela granulada y también la producción de las chichas, guarapos y vinos (vinetes) producidos ya sea con la miel panelera, el jugo o agua de panela pulverizada o bebidas endulzadas con esta innovadora presentación de la panela.

El municipio de Isnos destaca por ser el único destino en donde no se realizan procesos de destilación de los jugos de caña, es decir las bebidas producidas en este destino son en su totalidad bebidas artesanales fermentadas.

### **Perfil organizacional y formalización.**

Tabla 15. Perfil organizacional y formalización - Isnos

Actores	FORMALIDAD Y NATURALEZA JURÍDICA							
	Registro Mercantil	RUT	RNT	Empleos Formales	Empleos Informales	% de formalidad	Tipo de organización	Tiempo de operación
1. MIS PANELITAS	No	No	NO	0	3	0%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	MÁS DE 5 AÑOS
2. VINOS DOÑA MIGUE	Si	Si	NO	0	3	0%	EMPRESA UNIPERSONAL	MÁS DE 5 AÑOS
3. TIENDA DE LA PANELA LA MEJOR DE ISNOS	Si	No	NO	0	1	0%	EMPRESA UNIPERSONAL	MÁS DE 5 AÑOS
4. PANELAS DON JULIO	Si	Si	NO	0	4	0%	EMPRESA UNIPERSONAL	ENTRE 1 Y 3 AÑOS
5. ISNOS LE DOUX PARADIS S.A.S.	Si	Si	NO	0	2	0%	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	ENTRE 1 Y 3 AÑOS
6. WILDER MUÑOS RODRIGUEZ	No	No	NO	0	6	0%	OTRA FORMA DE ORGANIZACIÓN COLECTIVA ORGANIZADA	ENTRE 3 Y 5 AÑOS
7. LUZ MARINA ORDOÑEZ	No	No	NO	0	1	0%	PERSONA NATURAL	MÁS DE 5 AÑOS
8. CAFÉ UVA RUAH AMBIENTAL	Si	Si	SI	0	5	0%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	MÁS DE 5 AÑOS
9. ASOCIACIÓN AGROPECUARIA Y DEL MEDIO AMBIENTE DE ISNOS	Si	Si	NO	5	5	50%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	MÁS DE 5 AÑOS
10. CHICHA DE CAÑA – LUCERO CERÓN	No	No	NO	0	1	0%	PERSONA NATURAL	ENTRE 1 Y 3 AÑOS
11. ARTESANAL CLUB	No	No	NO	0	2	0%	EMPRESA UNIPERSONAL	HACE MENOS DE 1 AÑO
12. ELVIA PANELITAS DE LECHE	Si	Si	NO	0	3	0%	EMPRESA UNIPERSONAL	MÁS DE 5 AÑOS
13. RESTAURANTE RAICES DE MI PUEBLO	Si	Si	NO	1	3	25%	EMPRESA UNIPERSONAL	MÁS DE 5 AÑOS
14. CAFÉ ORGÁNICO LA CABANÁ	No	No	NO	0	3	0%	PERSONA NATURAL	ENTRE 3 Y 5 AÑOS

Actores	FORMALIDAD Y NATURALEZA JURÍDICA																																			
	Registro Mercantil	RUT	RNT	Empleos Formales	Empleos Informales	% de formalidad	Tipo de organización	Tiempo de operación																												
15. COFFE SHOP IDOLOS	No	No	NO	0	1	0%	PERSONA NATURAL	ENTRE 1 Y 3 AÑOS																												
16. MUSEO DE LA PANELA (INICIATIVA A 2024)	No	No	NO	0	3	0%	PERSONA NATURAL	MÁS DE 5 AÑOS																												
17. DULCES JIREH LUZ	Si	Si	SI	0	3	0%	EMPRESA UNIPERSONAL	MÁS DE 5 AÑOS																												
18. OLGA MARÍA ORTEGA – VINOS	No	No	NO	0	1	0%	PERSONA NATURAL	ENTRE 3 Y 5 AÑOS																												
19. DELIO RAÚL GÓMEZ GÓMEZ – BEBIDAS FERMENTADAS	No	No	NO	0	5	0%	PERSONA NATURAL	MÁS DE 5 AÑOS																												
20. APA MISKY - ANA VICTORIA MUÑOS BURBANO	No	No	NO	0	3	0%	PERSONA NATURAL	HACE MENOS DE 1 AÑO																												
21. MUSEO DE LA PANELA	No	No	NO	0	3	0%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES - CONSEJOS COMUNITARIOS	ENTRE 1 Y 3 AÑOS																												
22. DULCE YUMA - AGROINDUSTRIA	Si	Si	NO	0	4	0%	EMPRESA UNIPERSONAL	MÁS DE 5 AÑOS																												
	 <p>Actores que cuentan con:</p> <table border="1"> <tr> <td>RNT</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>RUT</td> <td>41%</td> </tr> <tr> <td>Registro Mercantil</td> <td>45%</td> </tr> </table>		RNT	9%	RUT	41%	Registro Mercantil	45%	 <p>Empleo formal e informal</p> <table border="1"> <tr> <td>Empleos Formales</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>Empleos Informales</td> <td>92%</td> </tr> </table>		Empleos Formales	6%	Empleos Informales	92%	 <p>Tipo de Organización</p> <table border="1"> <tr> <td>OBS</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>EMPRESA UNIPERSONAL</td> <td>36%</td> </tr> <tr> <td>PERSONA NATURAL</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA</td> <td>23%</td> </tr> <tr> <td>MADRE CABEZA DE HOGAR</td> <td>5%</td> </tr> </table>		OBS	9%	EMPRESA UNIPERSONAL	36%	PERSONA NATURAL	27%	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	23%	MADRE CABEZA DE HOGAR	5%	 <p>Tiempo de operación</p> <table border="1"> <tr> <td>Hace menos de 1 año</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>Entre 1 y 3 años</td> <td>23%</td> </tr> <tr> <td>Entre 3 y 5 años</td> <td>54%</td> </tr> <tr> <td>Más de 5 años</td> <td>14%</td> </tr> </table>		Hace menos de 1 año	9%	Entre 1 y 3 años	23%	Entre 3 y 5 años	54%	Más de 5 años	14%
RNT	9%																																			
RUT	41%																																			
Registro Mercantil	45%																																			
Empleos Formales	6%																																			
Empleos Informales	92%																																			
OBS	9%																																			
EMPRESA UNIPERSONAL	36%																																			
PERSONA NATURAL	27%																																			
SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	23%																																			
MADRE CABEZA DE HOGAR	5%																																			
Hace menos de 1 año	9%																																			
Entre 1 y 3 años	23%																																			
Entre 3 y 5 años	54%																																			
Más de 5 años	14%																																			

#### Evaluación de la dimensión:

El 65% de los actores realizan sus actividades informalmente (sin registro mercantil y sin registro único tributario). Solo un actor cuenta con registro nacional de turismo.

El 92% de los empleos generados por los actores es informal (65 empleados) y solo un 8% generan empleos formales (6 empleados).

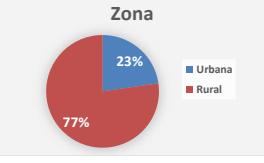
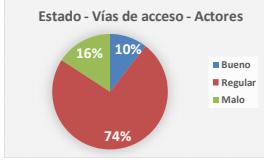
En cuanto al tipo de organización, el 36% son empresas unipersonales, el 27% son personas naturales, el 23% son organizaciones de base comunitaria, asociaciones, consejos comunitarios y otras formas de organización colectiva, el 9% madres cabeza de hogar y un 5%, SAS.

En cuanto al tiempo de operación, el 54% de los actores realizan su actividad hace más de 5 años, el 14% entre 3 y 5 años, el 23% entre 1 y 3 años, y el 5% hace menos de 1 año. Esta realidad demuestra el arraigo y reciente desarrollo que en el destino tiene la producción y comercialización de licores y otros derivados.

## Ubicación y accesibilidad

Tabla 16. Ubicación y accesibilidad - Isnos

Actor	Zona		Distancia			Accesibilidad	
	Urbana	Rural	<5 km	>5km a <10 km	>10km	Estado de las vías	Disponibilidad de transporte
1. MIS PANELITAS	x		x			Regular	Publico – privado
2. VINOS DOÑA MIGUE		x		x		Regular	Privado
3. TIENDA DE LA PANELA LA MEJOR DE ISNOS	x		x			Regular	Publico – privado
4. PANELAS DON JULIO		x		x		Malo	Privado
5. ISNOS LE DOUX PARADIS S.A.S.		x		x		Regular	Publico – privado
6. WILDER MUÑOS RODRIGUEZ		x		x		Regular	Privado
7. LUZ MARINA ORDOÑEZ		x		x		Regular	Privado
8. CAFÉ UVA RUAH AMBIENTAL	x		x			Regular	Publico – privado
9. ASOCIACIÓN AGROPECUARIA Y DEL MEDIO AMBIENTE DE ISNOS		x			x	Regular	Privado
10. CHICHA DE CAÑA – LUCERO CERÓN		x		x		Regular	Privado
11. ARTESANAL CLUB	x		x			Bueno	Privado
12. ELVIA PANELITAS DE LECHE	x		x			Regular	Privado
13. RESTAURANTE RAICES DE MI PUEBLO		x	x			Regular	Público – privado
14. CAFÉ ORGÁNICO LA CABANA		x		x		Regular	Privado
15. COFFE SHOP IDOLOS	x	x				Regular	Privado
16. MUSEO DE LA PANELA (INICIATIVA A 2024)	x		x			Regular	Privado
17. DULCES JIREH LUZ	x		x			Regular	Privado
18. OLGA MARÍA ORTEGA –	x	x	x			Regular	Privado

Actor	Zona		Distancia			Accesibilidad																								
	Urbana	Rural	<5 km	>5km a <10 km	>10km	Estado de las vías	Disponibilidad de transporte																							
<b>VINOS</b>																														
19. DELIO RAÚL GÓMEZ GÓMEZ – BEBIDAS FERMENTADAS		X	X			Malo	Privado																							
20. APA MISKY - ANA VICTORIA MUÑOS BURBANO		X		X		Regular	Privado																							
21. MUSEO DE LA PANELA	X			X		Malo	Privado																							
22. DULCE YUMA - AGROINDUSTRIA	X			X		Bueno	Publico – privado																							
	 <p>Zona</p> <table border="1"> <tr><td>Urbana</td><td>23%</td></tr> <tr><td>Rural</td><td>77%</td></tr> </table>		Urbana	23%	Rural	77%	 <p>Distancia al parque principal</p> <table border="1"> <tr><td>&lt;5 km</td><td>41%</td></tr> <tr><td>&gt;5km a &lt;10 km</td><td>55%</td></tr> <tr><td>&gt;10km</td><td>4%</td></tr> </table>		<5 km	41%	>5km a <10 km	55%	>10km	4%	 <p>Estado - Vías de acceso - Actores</p> <table border="1"> <tr><td>Bueno</td><td>10%</td></tr> <tr><td>Regular</td><td>74%</td></tr> <tr><td>Malo</td><td>16%</td></tr> </table>		Bueno	10%	Regular	74%	Malo	16%	 <p>Tipo de transporte disponible</p> <table border="1"> <tr><td>Público</td><td>0%</td></tr> <tr><td>Público - privado</td><td>64%</td></tr> <tr><td>Privado</td><td>36%</td></tr> </table>		Público	0%	Público - privado	64%	Privado	36%
Urbana	23%																													
Rural	77%																													
<5 km	41%																													
>5km a <10 km	55%																													
>10km	4%																													
Bueno	10%																													
Regular	74%																													
Malo	16%																													
Público	0%																													
Público - privado	64%																													
Privado	36%																													

#### Evaluación de la dimensión.

El 77% de los actores se encuentran en **zonas rurales**, frente a un 23% que se encuentra en la zona urbana.

El 41% de los actores se encuentran a **menos de 5km** del parque principal del municipio, un 55% se encuentran **entre 5 y 10km** de distancia, y un 4% a **más de 10km**. La distancia es un criterio fundamental para articular la ruta turística, por lo que los que se ubican a más de 10km se les otorgó un menor puntaje.

El 74% de las vías de acceso **hacia los actores caracterizados** se encuentran en una **condición regular**, el 16% de las vías de acceso se encuentran en **mal estado** y tan solo al 10% de los actores se accede por una vía en **buen estado**.

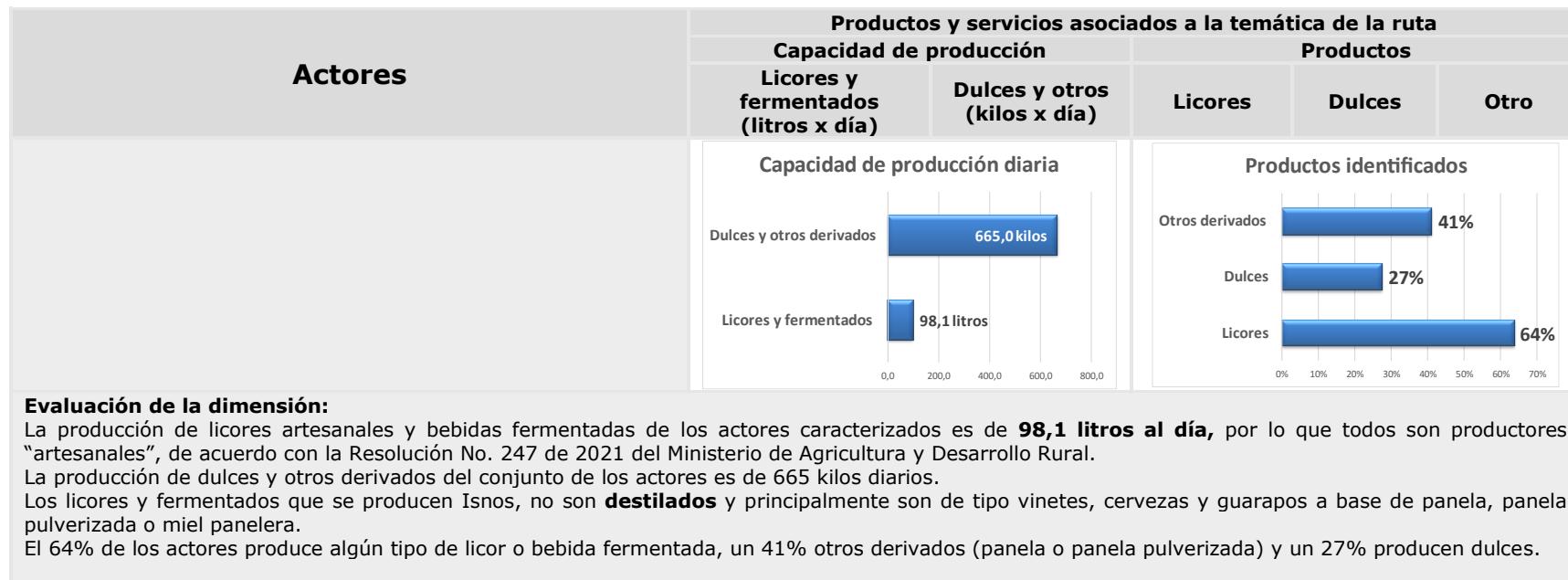
Finalmente, se identificó la disponibilidad de transporte (público / privado) hacia el punto donde se encuentra ubicado el actor caracterizado, resaltando que para todas las ubicaciones se puede acceder con transporte privado.



## Productos y servicios

Tabla 17. Productos y servicios - Isnos

Actores	Productos y servicios asociados a la temática de la ruta				
	Capacidad de producción		Productos		
	Licores y fermentados (litros x día)	Dulces y otros (kilos x día)	Licores	Dulces	Otro
1. MIS PANELITAS	1,0	25,7	x	x	x
2. VINOS DOÑA MIGUE	3,6	0,0	x		
3. TIENDA DE LA PANELA LA MEJOR DE ISNOS	0,0	450,0			x
4. PANELAS DON JULIO	3,3	0,0	x		
5. ISNOS LE DOUX PARADIS S.A.S.	0,0	4,3			x
6. WILDER MUÑOS RODRIGUEZ	3,3	0,0	x		x
7. LUZ MARINA ORDOÑEZ	0,0	0,0			x
8. CAFÉ UVA RUAH AMBIENTAL	15,0	0,0	x		
9. ASOCIACIÓN AGROPECUARIA Y DEL MEDIO AMBIENTE DE ISNOS	0,0	17,9		x	
10. CHICHA DE CAÑA – LUCERO CERÓN	1,4	0,0	x		
11. ARTESANAL CLUB	0,0	0,0			x
12. ELVIA PANELITAS DE LECHE	0,0	13,6		x	x
13. RESTAURANTE RAICES DE MI PUEBLO	10,0	0,0	x		
14. CAFÉ ORGÁNICO LA CABANA	1,5	2,5	x	x	
15. COFFE SHOP IDOLOS	0,0	0,0			
16. MUSEO DE LA PANELA (INICIATIVA A 2024)	57,1	0,0	x		
17. DULCES JIREH LUZ	0,3	2,0	x		
18. OLGA MARÍA ORTEGA – VINOS	0,9	0,0	x		
19. DELIO RAÚL GÓMEZ GÓMEZ – BEBIDAS FERMENTADAS	0,3	0,0	x		
20. APA MISKY - ANA VICTORIA MUÑOS BURBANO	0,0	144,0		x	
21. MUSEO DE LA PANELA	0,0	5,0	x	x	x
22. DULCE YUMA - AGROINDUSTRIA	0,4	0,1	x		x



### Capacidad de prestación de servicios turísticos

Tabla 18. Capacidad de prestar servicios turísticos - Isnos

Actores	Servicios turísticos									
	Alojamiento / Hospedaje	Alimentos / Bebidas	Agencias de viajes	Guianza u orientación turística	Transporte terrestre automotor	Parques temáticos, agroturísticos	Oficinas de representación turística	Unidades productivas	Experiencias de naturaleza o culturales	Presta otro servicio turístico
1. MIS PANELITAS								SI		
2. VINOS DOÑA MIGUE		SI								
3. TIENDA DE LA PANELA LA MEJOR DE ISNOS		SI		SI				SI		
4. PANELAS DON JULIO		SI		SI						
5. ISNOS LE DOUX		SI								

Actores	Servicios turísticos									
	Alojamiento / Hostería	Alimentos / Bebidas	Agencias de viajes	Guianza u orientación turística	Transporte terrestre automotor	Parques temáticos, agroturísticos	Oficinas de representación turística	Unidades productivas	Experiencias de naturaleza o culturales	Presta otro servicio turístico
<b>PARADIS S.A.S.</b>										
<b>6. WILDER MUÑOS RODRIGUEZ</b>										
<b>7. LUZ MARINA ORDOÑEZ</b>										
<b>8. CAFÉ UVA RUAH AMBIENTAL</b>										SI
<b>9. ASOCIACIÓN AGROPECUARIA Y DEL MEDIO AMBIENTE DE ISNOS</b>			SI							SI
<b>10. CHICHA DE CAÑA – LUCERO CERÓN</b>		SI								
<b>11. ARTESANAL CLUB</b>	SI									
<b>12. ELVIA PANELITAS DE LECHE</b>										
<b>13. RESTAURANTE RAICES DE MI PUEBLO</b>		SI								
<b>14. CAFÉ ORGÁNICO LA CABANA</b>										SI
<b>15. COFFE SHOP IDOLOS</b>	SI									
<b>16. MUSEO DE LA PANELA (INICIATIVA A 2024)</b>										
<b>17. DULCES JIREH LUZ</b>				SI						
<b>18. OLGA MARÍA ORTEGA – VINOS</b>				SI					SI'	
<b>19. DELIO RAÚL GÓMEZ GÓMEZ – BEBIDAS FERMENTADAS</b>				SI						SI
<b>20. APA MISKY - ANA VICTORIA MUÑOS BURBANO</b>							SI			
<b>21. MUSEO DE LA PANELA</b>	SI		SI						SI	
<b>22. DULCE YUMA - AGROINDUSTRIA</b>	SI						SI			SI



## Capacidad de prestación de servicios complementarios

Tabla 19. Capacidad de prestar servicios complementarios - Isnos

Actores	Escuelas y/o talleres de música, danza, teatro	Teatro, auditorio , sala de conciertos	Salones de exposición y/o taller de artes plásticas	Artes circenses	Tienda y/o taller de artesanías o artes decorativas	Agricultura tradicional	Portador (manifestador) de patrimonio cultural inmaterial	Centros culturales	Discotec a, bar, casinos, bingos	Mercados tradicionales	Escenarios para la práctica de deportes tradicionales	Otro servicio cultural o asociado
1. MIS PANELITAS										SI		
2. VINOS DOÑA MIGUE						SI						
3. TIENDA DE LA PANELA LA MEJOR DE ISNOS						Si						
4. PANELAS DON JULIO		SI										
5. ISNOS LE DOUX PARADIS S.A.S.												
6. WILDER MUÑOS RODRIGUEZ												
7. LUZ MARINA ORDOÑEZ												
8. CAFÉ UVA RUAH AMBIENTAL											SI	
9. ASOCIACIÓN AGROPECUARIA Y DEL MEDIO AMBIENTE DE ISNOS			SI			SI						SI
10. CHICHA DE CAÑA – LUCERO CERÓN												

11. ARTESANAL CLUB				SI							
12. ELVIA PANELITAS DE LECHE											SI
13. RESTAURANTE RAICES DE MI PUEBLO									SI		
14. CAFÉ ORGÁNICO LA CABANÁ											
15. COFFE SHOP IDOLOS											
16. MUSEO DE LA PANELA (INICIATIVA A 2024)											
17. DULCES JIREH LUZ											
18. OLGA MARÍA ORTEGA – VINOS	SI		SI								
19. DELIO RAÚL GÓMEZ GÓMEZ – BEBIDAS FERMENTADAS											
20. APA MISKY – ANA VICTORIA MUÑOS BURBANO											
21. MUSEO DE LA PANELA	SI				SI			SI			
22. DULCE YUMA – AGROINDUSTRIA						SI					

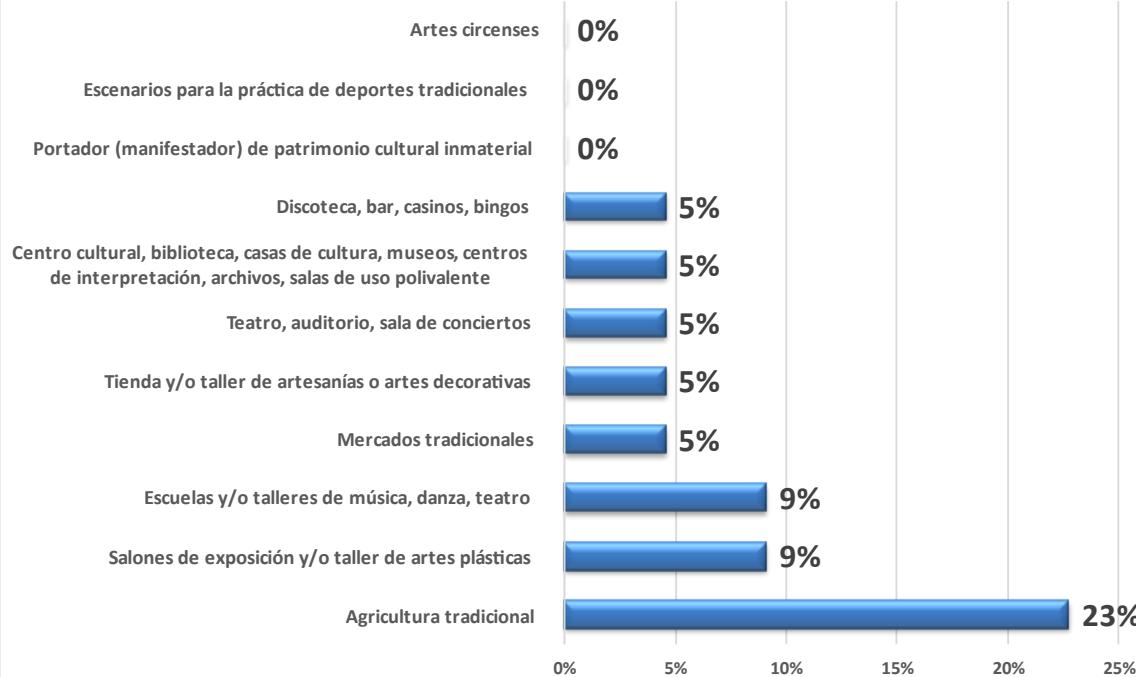


#### Análisis conjunto

Los actores prestan servicios complementarios, así: 23% agricultura tradicional; 9% salones de exposición y/o taller de artes plásticas; 9% escuelas y/o talleres de música, danza, teatro; el 20% prestan otros servicios culturales como mercados tradicionales, artesanías o artes decorativas, teatro, auditorio, sala de conciertos, centros culturales, y discotecas o bares.

No ofrecen servicios ligados al patrimonio cultural inmaterial, a escenarios para la práctica de deportes tradicionales o a las artes circenses.

#### Servicios complementarios prestados por los actores



## Asociación comercial con otros proveedores de servicios turísticos

Tabla 20. Asociación comercial servicios turísticos - Isnos

Actores	Servicios Asociados Comercialmente										
	Alojamiento	Restaurant e / Cafeterías	Guías profesionales, Baquianos intérpretes locales	Agencias de viajes	Servicio de transporte	Proveedores de experiencias de naturaleza o culturales	Servicios culturales y asociados	Deportes extremos (Turismo de aventura)	Unidades productivas	Oficinas de representación turística	Cultivadores de caña
1. MIS PANELITAS	Si	Si	Si	Si				Si		Si	Si
2. VINOS DOÑA MIGUE	Si							Si			
3. TIENDA DE LA PANELA LA MEJOR DE ISNOS											
4. PANELAS DON JULIO			Si								
5. ISNOS LE DOUX PARADIS S.A.S.			Si								
6. WILDER MUÑOS RODRIGUEZ											Si
7. LUZ MARINA ORDOÑEZ										Si	
8. CAFÉ UVA RUAH AMBIENTAL											Si
9. ASOCIACIÓN AGROPECUARIA Y DEL MEDIO AMBIENTE DE ISNOS			Si							Si	
10. CHICHA DE CAÑA – LUCERO CERÓN											
11. ARTESANAL CLUB	Si										
12. ELVIA PANELITAS DE LECHE											
13. RESTAURANTE RAICES DE MI PUEBLO	Si	Si							Si		Si
14. CAFÉ ORGÁNICO LA CABANÁ											
15. COFFE SHOP IDOLOS											
16. MUSEO DE LA PANELA (INICIATIVA A 2024)					Si						
17. DULCES JIREH LUZ											
18. OLGA MARÍA ORTEGA – VINOS								Si			
19. DELIO RAÚL GÓMEZ GÓMEZ – BEBIDAS FERMENTADAS											
20. APA MISKY - ANA VICTORIA MUÑOS BURBANO		Si									
21. MUSEO DE LA PANELA	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si			Si
22. DULCE YUMA - AGROINDUSTRIA	Si	Si				Si	Si	Si	Si		

Actores	Servicios Asociados Comercialmente																																				
	Alojamiento	Restaurant e / Cafeterías	Guías profesionales, Baquianos intérpretes locales	Agencias de viajes	Servicio de transporte	Proveedores de experiencias de naturaleza o culturales	Servicios culturales y asociados	Deportes extremos (Turismo de aventura)	Unidades productivas	Oficinas de representación turística	Cultivadores de caña																										
<b>Análisis conjunto</b>	<h3 style="text-align: center;">Servicios asociados comercialmente</h3> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Servicio</th> <th>Porcentaje (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Restaurant / Cafeterías</td><td>36%</td></tr> <tr><td>Alojamiento</td><td>27%</td></tr> <tr><td>Deportes extremos (Turismo de aventura)</td><td>18%</td></tr> <tr><td>Unidades productivas</td><td>18%</td></tr> <tr><td>Cultivadores de caña</td><td>18%</td></tr> <tr><td>Agencias de viajes</td><td>14%</td></tr> <tr><td>Experiencias de naturaleza o culturales</td><td>9%</td></tr> <tr><td>Servicios culturales y asociados</td><td>9%</td></tr> <tr><td>Guias profesionales, Baquianos intérpretes locales</td><td>9%</td></tr> <tr><td>Transportistas</td><td>5%</td></tr> <tr><td>Oficinas de representación turística</td><td>5%</td></tr> <tr><td>Empresas de actividades acuáticas</td><td>0%</td></tr> </tbody> </table>											Servicio	Porcentaje (%)	Restaurant / Cafeterías	36%	Alojamiento	27%	Deportes extremos (Turismo de aventura)	18%	Unidades productivas	18%	Cultivadores de caña	18%	Agencias de viajes	14%	Experiencias de naturaleza o culturales	9%	Servicios culturales y asociados	9%	Guias profesionales, Baquianos intérpretes locales	9%	Transportistas	5%	Oficinas de representación turística	5%	Empresas de actividades acuáticas	0%
Servicio	Porcentaje (%)																																				
Restaurant / Cafeterías	36%																																				
Alojamiento	27%																																				
Deportes extremos (Turismo de aventura)	18%																																				
Unidades productivas	18%																																				
Cultivadores de caña	18%																																				
Agencias de viajes	14%																																				
Experiencias de naturaleza o culturales	9%																																				
Servicios culturales y asociados	9%																																				
Guias profesionales, Baquianos intérpretes locales	9%																																				
Transportistas	5%																																				
Oficinas de representación turística	5%																																				
Empresas de actividades acuáticas	0%																																				
<p>El 36% de los actores están asociado comercialmente con restaurantes / cafeterías; el 27% con alojamientos; el 18% con otras unidades productivas; el 18% con, cultivadores de caña; el 18% con prestadores de turismo de aventura; el 14% con agencias de viajes; el 9% con otros servicios culturales; el 9% con experiencias de naturaleza o culturales; el 9% con guías profesionales, baquianos o intérpretes; el 5% con transportistas y oficinas de representación turística y finalmente no se evidencia una asociación comercial con las empresas de actividades acuáticas.</p> <p>El grado de asociatividad comercial de los actores es bajo (no supera el 36%).</p>																																					



## Estética, infraestructura y señalética

Tabla 21. Estética, infraestructura y señalética - Isnos

Actores	Diseño	Señalética							Infraestructura	
		Inversión en diseño	Señales de emergencia o evacuación	Señales de condición segura	Señales contra incendios	Señales de demarcación fotoluminiscente	Señales de prohibición	Señales de precaución o señales de peligro	Señales de obligación	Parqueaderos e infraestructura
1. MIS PANELITAS										
2. VINOS DOÑA MIGUE										
3. TIENDA DE LA PANELA LA MEJOR DE ISNOS	Si	Si	Si	Si						
4. PANELAS DON JULIO					Si				Si	Si
5. ISNOS LE DOUX PARADIS S.A.S.										
6. WILDER MUÑOS RODRIGUEZ	Si	Si	Si	Si			Si	Si	Si	
7. LUZ MARINA ORDOÑEZ										
8. CAFÉ UVA RUAH AMBIENTAL	Si	Si	Si	Si			Si	Si	Si	Si
9. ASOCIACIÓN AGROPECUARIA Y DEL MEDIO AMBIENTE DE ISNOS	Si			Si						Si
10. CHICHA DE CAÑA – LUCERO CERÓN										
11. ARTESANAL CLUB	Si	Si	Si	Si			Si			Si
12. ELVIA PANELITAS DE LECHE	Si			Si						
13. RESTAURANTE RAICES DE MI PUEBLO	Si	Si	Si	Si			Si		Si	Si
14. CAFÉ ORGÁNICO LA CABANÁ	Si			Si	Si		Si		Si	
15. COFFE SHOP IDOLOS	Si	Si	Si	Si			Si	Si	Si	Si
16. MUSEO DE LA PANELA (INICIATIVA A 2024)	Si									
17. DULCES JIREH LUZ	Si									Si

Actores	Diseño	Señalética							Infraestructura		
		Inversión en diseño	Señales de emergencia o evacuación	Señales de condición segura	Señales contra incendios	Señales de demarcación fotoluminiscente	Señales de prohibición	Señales de precaución o señales de peligro	Señales de obligación	Parqueaderos e infraestructura	Batería de baño para visitantes
18. OLGA MARÍA ORTEGA – VINOS	Si										Si
19. DELIO RAÚL GÓMEZ GÓMEZ – BEBIDAS FERMENTADAS	Si	Si	Si	Si			Si				
20. APA MISKY - ANA VICTORIA MUÑOS BURBANO											
21. MUSEO DE LA PANELA	Si	Si	Si	Si			Si		Si	Si	
22. DULCE YUMA - AGROINDUSTRIA	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si		Si	Si	

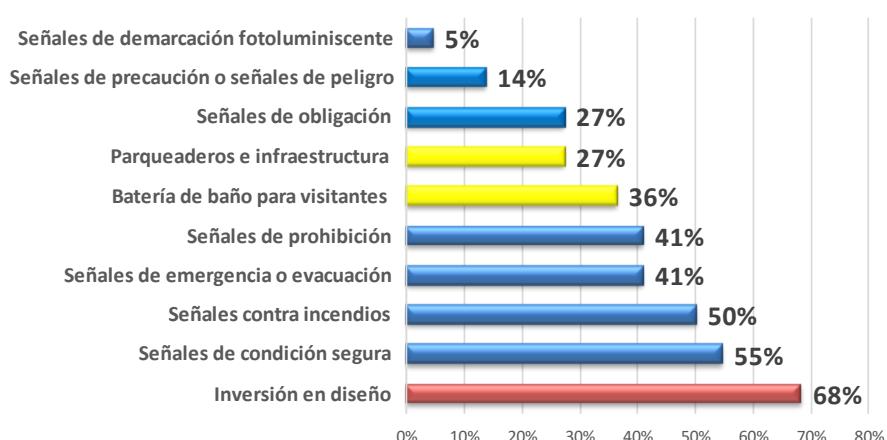
**Análisis conjunto**

Un 68% de los actores invierte en el diseño o estética de sus establecimientos o lugares de producción.

Los principales sistemas de señalética con que cuentan los actores son: condición segura 55%; incendios 50%; emergencia o evacuación 41%; prohibición 41%.

Solo un 36% cuentan con batería de baño para visitantes y solo un 27% con parqueadero para visitantes.

### Estética, infraestructura y señalética

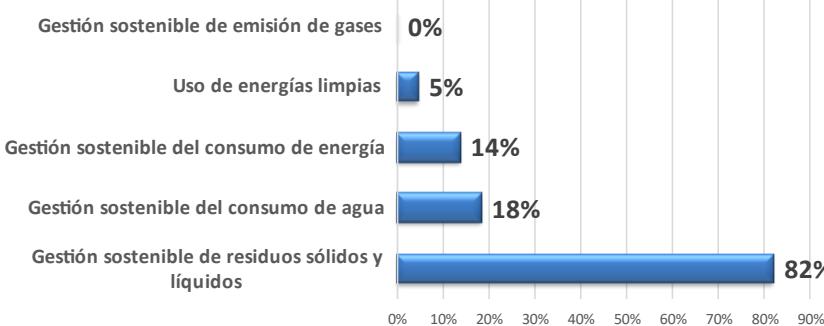


Sistema	Porcentaje
Señales de demarcación fotoluminiscente	5%
Señales de precaución o señales de peligro	14%
Señales de obligación	27%
Parqueaderos e infraestructura	27%
Batería de baño para visitantes	36%
Señales de prohibición	41%
Señales de emergencia o evacuación	41%
Señales contra incendios	50%
Señales de condición segura	55%
Inversión en diseño	68%

## Sostenibilidad

Tabla 22. Sostenibilidad - Isnos

Actores	Herramientas de sostenibilidad				
	Uso de energías limpias	Gestión sostenible de residuos sólidos y líquidos	Gestión sostenible de emisión de gases.	Gestión sostenible del consumo de agua	Gestión sostenible del consumo de energía
1. MIS PANELITAS		Si			
2. VINOS DOÑA MIGUE		Si		Si	
3. TIENDA DE LA PANELA LA MEJOR DE ISNOS		Si			
4. PANELAS DON JULIO		Si			Si
5. ISNOS LE DOUX PARADIS S.A.S.		Si			
6. WILDER MUÑOS RODRIGUEZ		Si			
7. LUZ MARINA ORDOÑEZ					
8. CAFÉ UVA RUAH AMBIENTAL				Si	Si
9. ASOCIACIÓN AGROPECUARIA Y DEL MEDIO AMBIENTE DE ISNOS		Si			
10. CHICHA DE CAÑA – LUCERO CERÓN					
11. ARTESANAL CLUB		Si			
12. ELVIA PANELITAS DE LECHE		Si			
13. RESTAURANTE RAICES DE MI PUEBLO		Si			
14. CAFÉ ORGÁNICO LA CABANA		Si			
15. COFFE SHOP IDOLOS		Si			
16. MUSEO DE LA PANELA (INICIATIVA A 2024)		Si			
17. DULCES JIREH LUZ					
18. OLGA MARÍA ORTEGA – VINOS		Si			
19. DELIO RAÚL GÓMEZ GÓMEZ – BEBIDAS FERMENTADAS		Si			

<b>20. APA MISKY - ANA VICTORIA MUÑOS BURBANO</b>		Si			Si													
<b>21. MUSEO DE LA PANELA</b>	Si		Si		Si	Si												
<b>22. DULCE YUMA - AGROINDUSTRIA</b>			Si															
<b>Análisis conjunto</b>		<h3>Herramientas de sostenibilidad</h3>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Herramienta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Gestión sostenible de emisión de gases</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Uso de energías limpias</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>Gestión sostenible del consumo de energía</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>Gestión sostenible del consumo de agua</td> <td>18%</td> </tr> <tr> <td>Gestión sostenible de residuos sólidos y líquidos</td> <td>82%</td> </tr> </tbody> </table>					Herramienta	Porcentaje	Gestión sostenible de emisión de gases	0%	Uso de energías limpias	5%	Gestión sostenible del consumo de energía	14%	Gestión sostenible del consumo de agua	18%	Gestión sostenible de residuos sólidos y líquidos	82%
Herramienta	Porcentaje																	
Gestión sostenible de emisión de gases	0%																	
Uso de energías limpias	5%																	
Gestión sostenible del consumo de energía	14%																	
Gestión sostenible del consumo de agua	18%																	
Gestión sostenible de residuos sólidos y líquidos	82%																	
Un 82% de los actores implementan herramientas de gestión sostenible de residuos sólidos y líquidos. Un 18%, hacen gestión sostenible del consumo de agua. Un 14%, hacen gestión sostenible del consumo de energía. Un 5%, tienen implementados sistemas de energías limpias. Ninguno hace una gestión sostenible de emisión de gases.																		

## Inclusión

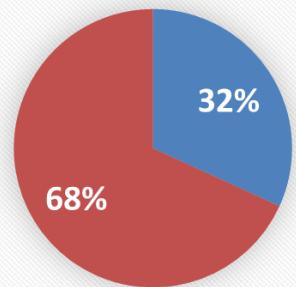
Tabla 23. Inclusión - Isnos

Actores	Herramientas de inclusión		Herramienta			
	No	Si	Baños especializados	Rampas	Visualización de textos	Dispositivos multimedia de fácil acceso
1. MIS PANELITAS	x					
2. VINOS DOÑA MIGUE	x					
3. TIENDA DE LA PANELA LA MEJOR DE ISNOS	x					
4. PANELAS DON JULIO		x			Si	Si
5. ISNOS LE DOUX PARADIS S.A.S.	x					
6. WILDER MUÑOS RODRIGUEZ	x					
7. LUZ MARINA ORDOÑEZ	x					

- 8. CAFÉ UVA RUAH AMBIENTAL
- 9. ASOCIACIÓN AGROPECUARIA Y DEL MEDIO AMBIENTE DE ISNOS
- 10. CHICHA DE CAÑA – LUCERO CERÓN
- 11. ARTESANAL CLUB
- 12. ELVIA PANELITAS DE LECHE
- 13. RESTAURANTE RAICES DE MI PUEBLO
- 14. CAFÉ ORGÁNICO LA CABANÁ
- 15. COFFE SHOP IDOLOS
- 16. MUSEO DE LA PANELA (INICIATIVA A 2024)
- 17. DULCES JIREH LUZ
- 18. OLGA MARÍA ORTEGA – VINOS
- 19. DELIO RAÚL GÓMEZ GÓMEZ – BEBIDAS FERMENTADAS
- 20. APA MISKY - ANA VICTORIA MUÑOS BURBANO
- 21. MUSEO DE LA PANELA
- 22. DULCE YUMA - AGROINDUSTRIA

x					
	x			Si	
x					
x	x			Si	
x					
x	x		Si	Si	
x	x			Si	
x	x	Si	Si		
x	x				
x	x	Si	Si		
x	x				
x	x	Si	Si		
x	x				
x	x	Si	Si		
x	x				

### Herramientas de inclusión



### Herramientas de inclusión



#### Análisis conjunto

Solo un 32% de los actores cuenta con alguna herramienta de inclusión. Rampas para discapacidad motriz, un 55%; baños adaptados, el 27%; visualización de textos, 9% y dispositivos multimedia de fácil acceso, el 9%.

## Uso de Tics

Tabla 24. Uso de tics - Isnos

Actores	Tienda online	Medios de Pago				
		Efectivo	Transferencia electrónica	Tarjeta crédito o débito (datafono)	Transferencia QR	Divisas Extranjeras
1. MIS PANELITAS	No	Si	Si			
2. VINOS DOÑA MIGUE	No	Si	Si			
3. TIENDA DE LA PANELA LA MEJOR DE ISNOS	No	Si	Si			
4. PANELAS DON JULIO	No	Si	Si			
5. ISNOS LE DOUX PARADIS S.A.S.	No	Si	Si			
6. WILDER MUÑOS RODRIGUEZ	No	Si	Si			
7. LUZ MARINA ORDOÑEZ	No	Si	Si			
8. CAFÉ UVA RUAH AMBIENTAL	No	Si	Si			
9. ASOCIACIÓN AGROPECUARIA Y DEL MEDIO AMBIENTE DE ISNOS	No	Si	Si			
10. CHICHA DE CAÑA – LUCERO CERÓN	No	Si				
11. ARTESANAL CLUB	No	Si	Si			
12. ELVIA PANELITAS DE LECHE	No	Si	Si		Si	
13. RESTAURANTE RAICES DE MI PUEBLO	No	Si	Si		Si	
14. CAFÉ ORGÁNICO LA CABANA	No	Si	Si			
15. COFFE SHOP IDOLOS	No	Si	Si	Si	Si	
16. MUSEO DE LA PANELA (INICIATIVA A 2024)	No	Si	Si			
17. DULCES JIREH LUZ	No	Si	Si		Si	
18. OLGA MARÍA ORTEGA – VINOS	No	Si	Si	Si	Si	
19. DELIO RAÚL GÓMEZ GÓMEZ – BEBIDAS FERMENTADAS	No	Si	Si			
20. APA MISKY - ANA VICTORIA MUÑOS BURBANO	No	Si	Si		Si	
21. MUSEO DE LA PANELA	No	Si	Si	Si		
22. DULCE YUMA - AGROINDUSTRIA	No	Si	Si		Si	

### Análisis conjunto

Ninguno de los actores cuenta con una tienda online.  
Solo algunos hacen ventas por redes sociales.

Los medios de pago aceptados por los actores son: el 100% efectivo; el 86% transferencias electrónicas; el 33% cuentan con código QR para transferencias; el 10% datáfono para tarjetas de crédito o débito y ningún actor recibe divisas extranjeras.

### Comercialización



## Bilingüismo

Tabla 25. Bilingüismo - Isnos

Actores	Señalética en segundo idioma	Idioma de señalética	# empleados bilingües	Información de productos y servicios en un segundo idioma
1. MIS PANELITAS	No		0	No
2. VINOS DOÑA MIGUE	No		0	No
3. TIENDA DE LA PANELA LA MEJOR DE ISNOS	No		0	No
4. PANELAS DON JULIO	Si	Ingles	0	No
5. ISNOS LE DOUX PARADIS S.A.S.	No		0	No
6. WILDER MUÑOS RODRIGUEZ	No		0	No
7. LUZ MARINA ORDOÑEZ	No		0	No
8. CAFÉ UVA RUAH AMBIENTAL	No		1	No
9. ASOCIACIÓN AGROPECUARIA Y DEL MEDIO AMBIENTE DE ISNOS	No		0	No
10. CHICHA DE CAÑA – LUCERO CERÓN	No		0	No
11. ARTESANAL CLUB	No		0	No
12. ELVIA PANELITAS DE LECHE	No		0	No
13. RESTAURANTE RAICES DE MI PUEBLO	No		0	No
14. CAFÉ ORGÁNICO LA CABANA	No		0	No
15. COFFE SHOP IDOLOS	Si	Ingles	0	Sí
16. MUSEO DE LA PANELA (INICIATIVA A 2024)	No		0	No
17. DULCES JIREH LUZ	No		1	Sí
18. OLGA MARÍA ORTEGA – VINOS	No		0	No
19. DELIO RAÚL GÓMEZ GÓMEZ – BEBIDAS FERMENTADAS	No		0	No
20. APA MISKY - ANA VICTORIA MUÑOS BURBANO	No		0	No
21. MUSEO DE LA PANELA	No		0	No
22. DULCE YUMA - AGROINDUSTRIA	No		0	No



### Análisis conjunto

El 91% de los actores no cuenta con señalética en un segundo idioma.  
 El 91% de los actores no cuenta con información de sus productos en un segundo idioma.  
 Solo 2 de actores (de 22) cuentan con personal que domine un segundo idioma (inglés).



### Experiencia turística potencial

Tabla 26. Experiencia turística potencial - Isnos

Actores	¿Su actividad es una experiencia turística?		Experiencia potencial a vincular
	No	Si	
1. MIS PANELITAS	x		
2. VINOS DOÑA MIGUE	x		
3. TIENDA DE LA PANELA LA MEJOR DE ISNOS		x	Reúne las condiciones ideales para que el turista disfrute de una pequeña muestra gastronómica relacionada con la dulcería derivada de las mieles paneleras, explicación de su fabricación y tienda de souvenir.
4. PANELAS DON JULIO	x		
5. ISNOS LE DOUX PARADIS S.A.S.	x		
6. WILDER MUÑOS RODRIGUEZ	x		
7. LUZ MARINA ORDOÑEZ	x		
8. CAFÉ UVA RUAH AMBIENTAL	x		

<b>9. ASOCIACIÓN AGROPECUARIA Y DEL MEDIO AMBIENTE DE ISNOS</b>	x		
<b>10. CHICHA DE CAÑA – LUCERO CERÓN</b>	x		
<b>11. ARTESANAL CLUB</b>	x		
<b>12. ELVIA PANELITAS DE LECHE</b>		x	Experiencia de producción de dulcería directamente en la fábrica hogareña, en donde los turistas podrían manipular las materias primas y elaborar panelitas de leche, así como también comprender la dinámica de producción.
<b>13. RESTAURANTE RAICES DE MI PUEBLO</b>		x	Restaurante ubicado en la vía que condice hacia el Parque arqueológico alto de las piedras, bellamente decorado en madera reciclada y con la posibilidad de probar las comidas típicas de la región acompañada por refrescantes cocteles y chichas derivadas de las mieles paneleras.
<b>14. CAFÉ ORGÁNICO LA CABANÁ</b>	x		
<b>15. COFFE SHOP IDOLOS</b>	x		
<b>16. MUSEO DE LA PANELA (INICIATIVA A 2024)</b>	x		
<b>17. DULCES JIREH LUZ</b>		x	Actor ubicado en las cercanías del Parque arqueológico alto de los ídolos, la finca se encuentra posicionada turísticamente por pertenecer a un paquete turístico relacionado con el café, se puede acompañar el proceso de producción de dulces.
<b>18. OLGA MARÍA ORTEGA – VINOS</b>	x		
<b>19. DELIO RAÚL GÓMEZ GÓMEZ – BEBIDAS FERMENTADAS</b>		x	Hermosa finca ubicada en la cercanía del Parque arqueológico alto de las piedras, productor de bebidas fermentadas, panela, miel, cuenta con trapiche, cultivos de caña para realizar recorridos, y senderos hacia el bosque.
<b>20. APA MISKY - ANA VICTORIA MUÑOS BURBANO</b>		x	Se plantea su posible colaboración con el actor encargado de Elvia panelitas de leche.
<b>21. MUSEO DE LA PANELA</b>		x	Se presenta como una iniciativa en proceso de construcción, contaría material histórico referente al proceso de la panela. Se encuentra ubicado en un parador turístico llamado Mayu, el cuál dispone de alojamiento, zona de restaurante, zona de senderos interactivos con animales, zona de recreación,



			parqueaderos, y miradores al cañón del Rio Magdalena
<b>22. DULCE YUMA - AGROINDUSTRIA</b>		x	Restaurante que ofrece una variedad de vinos de excelente calidad endulzados con panela pulverizada, acompañados con pasabocas exóticos elaborados con ingredientes orgánicos y endulzados con panela, así como mermeladas a base de panela que acompañan con tabla de quesos.

### Valoración de los actores con potencial de integrarse a la ruta en Isnos

La siguiente tabla sintetiza la valoración numérica que los actores caracterizados obtuvieron en las diferentes dimensiones de análisis. Los actores calificados con 90 o más puntos, son los que integrarán la siguiente fase de diseño de la ruta:

Tabla 27. Valoración de los actores - Isnos

Actores	Perfil y Formalidad	Ubicación y accesibilidad	Servicios turísticos	Servicios complementarios	Asociación con prestadores	Estética, infraestructura y señalética	Sostenibilidad	Inclusión	Uso de tics	Bilingüismo	Experiencia turística potencial	TOTAL
<b>1. MIS PANELITAS</b>	7,3	9,7	8,5	8,5	10	6,9	8	8	8,5	7,3	0	83
<b>2. VINOS DOÑA MIGUE</b>	8,6	9,0	8,5	8,5	9	6,9	8,5	8	8,5	7,3	0	83
<b>3. TIENDA DE LA PANELA LA MEJOR DE ISNOS</b>	8	9,7	9,5	8,5	8	7,7	8	8	8,5	7,3	10	93
<b>4. PANELAS DON JULIO</b>	8,0	8,7	9	8,5	8,5	8,0	8,5	10	8,5	8,0	0	86
<b>5. ISNOS LE DOUX PARADIS S.A.S.</b>	8,0	9,7	8,5	8	8,5	6,9	8	8	8,5	7,3	0	81
<b>6. WILDER MUÑOS RODRIGUEZ</b>	7,0	9,0	8	8	8,5	7,9	8	8	8,5	7,3	0	80

<b>7. LUZ MARINA ORDOÑEZ</b>	7,3	9,0	8	8	8,5	6,9	7,5	8	8,5	7,3	0	<b>79</b>
<b>8. CAFÉ UVA RUAH AMBIENTAL</b>	8,7	9,7	8,5	8,5	8,5	8,9	8,5	8	8,5	8,3	0	<b>86</b>
<b>9. ASOCIACIÓN AGROPECUARIA Y DEL MEDIO AMBIENTE DE ISNOS</b>	9,3	8,0	9	9,5	9	8,6	8	10	8,5	7,3	0	<b>87</b>
<b>10. CHICHA DE CAÑA – LUCERO CERÓN</b>	6,7	9,0	8,5	8	8	6,9	7,5	8	8,3	7,3	0	<b>78</b>
<b>11. ARTESANAL CLUB</b>	6,3	9,3	8,5	8,5	8,5	8,8	8	8	8,5	7,3	0	<b>82</b>
<b>12. ELVIA PANELITAS DE LECHE</b>	8,7	9,0	8	8,5	8	7,6	8	10	8,8	7,3	10	<b>94</b>
<b>13. RESTAURANTE RAICES DE MI PUEBLO</b>	8,7	9,7	8,5	8,5	10	9,9	8	8	8,8	7,3	10	<b>97</b>
<b>14. CAFÉ ORGÁNICO LA CABANÍA</b>	7,0	9,0	8,5	8	8	7,8	8	8	8,5	7,1	0	<b>79.9</b>
<b>15. COFFE SHOP IDOLOS</b>	6,7	9,0	8,5	8	8	9,9	8	10	9,0	9,0	10	<b>96</b>
<b>16. MUSEO DE LA PANELA (INICIATIVA A 2024)</b>	7,3	9,0	8	8	8	7,5	8	8	8,5	7,3	0	<b>80</b>
<b>17. DULCES JIREH LUZ</b>	8,7	9,0	8,5	8	8,5	8,5	7,5	10	8,8	9,3	10	<b>97</b>
<b>18. OLGA MARÍA ORTEGA – VINOS</b>	7,0	9,0	9	9	8,5	8,5	8	10	9,0	7,3	10	<b>95</b>
<b>19. DELIO RAÚL GÓMEZ GÓMEZ – BEBIDAS FERMENTADAS</b>	7,3	8,7	9	8	8	7,8	8	8	8,5	7,3	10	<b>91</b>



<b>20. APA MISKY - ANA VICTORIA MUÑOS BURBANO</b>	6,3	9,0	8	8	8,5	6,9	8,5	8	8,8	7,3	0	<b>79</b>
<b>21. MUSEO DE LA PANELA</b>	6,7	8,7	10	9,5	10	9,8	9,5	8	8,8	7,3	10	<b>98</b>
<b>22. DULCE YUMA - AGROINDUSTRIA</b>	8,7	10,0	9	8,5	10	9,9	8	10	8,8	7,3	10	<b>100</b>

## Manizales

### Contexto

La histórica tradición de la siembra de caña de azúcar en la ciudad de Manizales se fue perdiendo con la modernización y urbanización del municipio. No obstante, Manizales persiste en el uso de la panela y sus derivados mediante la fabricación de una gran variedad de dulcería y platos típicos. La producción de panela en trapiches persiste en municipios aledaños a Manizales.

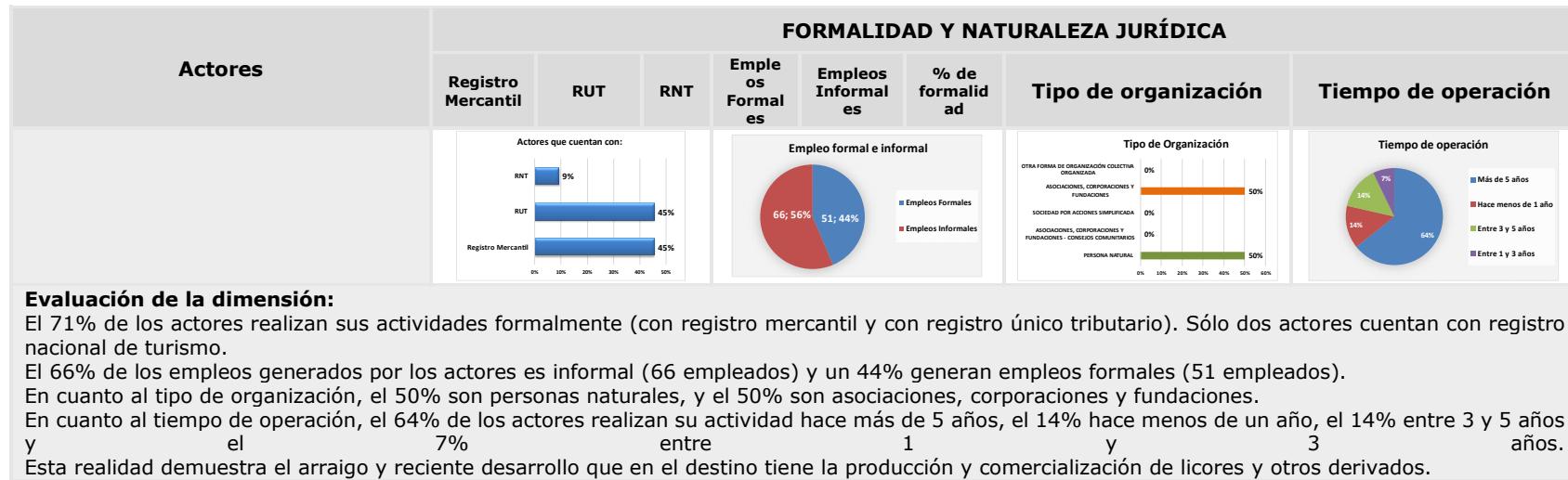
Actualmente, los actores buscan fortalecer sus métodos de producción, y el uso de las mieles paneleras y otros derivados de la panela ha jugado un papel fundamental, al momento de aportar el dulzor y enaltecer el sabor de sus productos. Por otra parte, la ciudad cuenta con la presencia de la Industria Licorera del Caldas, máximo exponente de producción y mayor recepcionista de las mieles paneleras de la región que contribuyen a su gran industria.



## Perfil organizacional y formalización.

Tabla 28. Perfil organizacional y formalización - Manizales

Actores	FORMALIDAD Y NATURALEZA JURÍDICA							
	Registro Mercantil	RUT	RNT	Empleos Formales	Empleos Informales	% de formalidad	Tipo de organización	Tiempo de operación
1. VEG FOOD COMIDA SANA	No	No	No		2	0%	PERSONA NATURAL	HACE MENOS DE 1 AÑO
2. PRODUCTOS INTEGRALES EL TRIGAL	Si	Si	No		1	0%	PERSONA NATURAL	MÁS DE 5 AÑOS
3. DELICIAS MYRLUZ	Si	Si	No		8	0%	PERSONA NATURAL	MÁS DE 5 AÑOS
4. AROMATICAS LA HUERTA	No	No	No		2	0%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	MÁS DE 5 AÑOS
5. PURO CACAO ARTESANAL	No	No	No		1	0%	PERSONA NATURAL	ENTRE 1 Y 3 AÑOS
6. LA FAVORITA REPRESENTACIONES SAS	Si	Si	No	8		100%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	MÁS DE 5 AÑOS
7. GELATINAS SON RICAS	Si	Si	No	12		100%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	MÁS DE 5 AÑOS
8. PICNIC LA CAMELIA	Si	Si	Si	4	26	13%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	ENTRE 3 Y 5 AÑOS
9. GRANJA MI JUANITA	No	No	No		3	0%	PERSONA NATURAL	HACE MENOS DE 1 AÑO
10. CREATESS SAS	Si	Si	Si	16		100%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	MÁS DE 5 AÑOS
11. RESTAURANTE Y ASADERO ROSITAS	Si	Si	No	8		100%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	MÁS DE 5 AÑOS
12. CHOCOLERA MONTAÑERA RESTAURANTE	Si	Si	No		3	0%	PERSONA NATURAL	MÁS DE 5 AÑOS
13. FUNDACION IMPACTO SOCIAL FIS Y ORGANIZACION DE MUJERES GALEMBA	Si	Si	No		20	0%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	ENTRE 3 Y 5 AÑOS
14. DULCES ARTESANALES	Si	Si	No	3		100%	PERSONA NATURAL	MÁS DE 5 AÑOS



## Ubicación y accesibilidad.

Tabla 29. Ubicación y accesibilidad - Manizales

Actor	Zona		Distancia			Accesibilidad	
	Urbana	Rural	<5 km	>5km a <10 km	>10km	Estado de las vías	Disponibilidad de transporte
1. VEG FOOD COMIDA SANA	x		x			Bueno	Público - Privado
2. PRODUCTOS INTEGRALES EL TRIGAL	x		x			Bueno	Público - Privado
3. DELICIAS MYRLUZ	x		x			Bueno	Público - Privado
4. AROMATICAS LA HUERTA	x		x			Bueno	Público - Privado
5. PURO CACAO ARTESANAL	x		x			Bueno	Público - Privado
6. LA FAVORITA REPRESENTACIONES SAS	x		x			Bueno	Público - Privado
7. GELATINAS SON RICAS	x		x			Bueno	Público - Privado

Actor	Zona		Distancia			Accesibilidad	
	Urbana	Rural	<5 km	>5km a <10 km	>10km	Estado de las vías	Disponibilidad de transporte
8. PICNIC LA CAMELIA		x		x		Bueno	Público - Privado
9. GRANJA MI JUANITA		x		x		Bueno	Público - Privado
10. CREATESS SAS		x		x		Bueno	Público - Privado
11. RESTAURANTE Y ASADERO ROSITAS		x		x		Bueno	Público - Privado
12. CHOCOLERA MONTAÑERA RESTAURANTE		x			x	Bueno	Público - Privado
13. FUNDACION IMPACTO SOCIAL FIS Y ORGANIZACION DE MUJERES GALEMBA	x			x		Bueno	Público - Privado
14. DULCES ARTESANALES	x			x		Bueno	Público - Privado

#### Evaluación de la dimensión.

El 36% de los actores se encuentran en **zonas rurales**, frente a un 64% que se encuentra en la zona urbana.

El 50% de los actores se encuentran a **menos de 5km** del parque principal del municipio, un 43% se encuentran **entre 5 y 10km** de distancia, y un 7% a **más de 10km**. La distancia es un criterio fundamental para articular la ruta turística, por lo que los que se ubican a más de 10km se les otorgó un menor puntaje.

El 100% de las vías de acceso **hacia los actores caracterizados** se encuentran en **buen estado**.

Finalmente, se identificó la disponibilidad de transporte (público / privado) hacia el punto donde se encuentra ubicado el actor caracterizado, resaltando el 100% de los actores se puede acceder con transporte **público – privado**.



## Productos y servicios

Tabla 30. Productos y servicios - Manizales

Actores	Productos y servicios asociados a la temática de la ruta			
	Capacidad de producción		Productos	
	Licores y fermentados (litros x día)	Dulces y otros (kilos x día)	Licores	Dulces
1. VEG FOOD COMIDA SANA		5,9		x
2. PRODUCTOS INTEGRALES EL TRIGAL		28,3		x
3. DELICIAS MYRLUZ		16		x
4. AROMATICAS LA HUERTA		5		x
5. PURO CACAO ARTESANAL		13,3	x	
6. LA FAVORITA REPRESENTACIONES SAS		35,7		x
7. GELATINAS SON RICAS		226	x	
8. PICNIC LA CAMELIA	Desconoce			x
9. GRANJA MI JUANITA	Desconoce			x
10. CREATE5 SAS	Desconoce		x	
11. RESTAURANTE Y ASADERO ROSITAS	Desconoce			x
12. CHOCOLERA MONTAÑERA RESTAURANTE	Desconoce		x	x
13. FUNDACION IMPACTO SOCIAL FIS Y ORGANIZACION DE MUJERES GALEMBA	Desconoce		x	
14. DULCES ARTESANALES	100		x	
<b>Evaluación de la dimensión:</b> La producción de dulces y otros derivados de los actores caracterizados es de <b>430,2 kilos al día</b> , por lo que todos son productores "artesanales", de acuerdo con la Resolución No. 247 de 2021 del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Los dulces y otros derivados que se producen en Manizales son realizados por medio de un proceso artesanal y son derivados de la panela y mieles paneleras. El 64% de los actores produce algún tipo de derivados de panela y un 43% producen dulces.	<b>Capacidad de producción diaria</b>		<b>Productos identificados</b>	
	Licores y fermentados	0	Otros derivados	64%
	Dulces y otros derivados	430,2	Dulces	43%
			Licores	0%

## Capacidad de prestación de servicios turísticos.

Tabla 31. Capacidad de prestar servicios turísticos - Manizales

Actores	Servicios turísticos									
	Alojamiento / Hospedaje	Alimentos / Bebidas	Agencias de viajes	Guianza u orientación turística	Transporte terrestre automotor	Parques temáticos, agroturísticos	Oficinas de representación turística	Unidades productivas	Experiencias de naturaleza o culturales	Presta otro servicio turístico
1. VEG FOOD COMIDA SANA										
2. PRODUCTOS INTEGRALES EL TRIGAL										
3. DELICIAS MYRLUZ										
4. AROMATICAS LA HUERTA										
5. PURO CACAO ARTESANAL										
6. LA FAVORITA REPRESENTACIONES SAS							Si			
7. GELATINAS SON RICAS										
8. PICNIC LA CAMELIA	Si	Si		Si	Si				Si	Si
9. GRANJA MI JUANITA										
10. CREATE5 SAS	Si	Si		Si		Si			Si	Si
11. RESTAURANTE Y ASADERO ROSITAS										
12. CHOCOLERA MONTAÑERA RESTAURANTE		Si								
13. FUNDACION IMPACTO SOCIAL FIS Y ORGANIZACION DE MUJERES GALEMBA		Si								
14. DULCES ARTESANALES										



Actores	Servicios turísticos									
	Alojamiento / Hospedaje	Alimentos / Bebidas	Agencias de viajes	Guianza u orientación turística	Transporte terrestre automotor	Parques temáticos, agroturísticos	Oficinas de representación turística	Unidades productivas	Experiencias de naturaleza o culturales	Presta otro servicio turístico
<b>Análisis conjunto</b> El 71% de los actores realizan sus actividades formalmente (con registro mercantil y con registro único tributario). Sólo dos actores cuentan con registro nacional de turismo. En cuanto a los servicios que prestan, son: 28,6% alimentos / bebidas, 14,3% alojamiento / hospedaje, 14,3% guianza u orientación turística, 14,3% parques temáticos o agroturísticos, 14,3% experiencias de naturaleza o culturales, y un 7,1% servicios de transporte. Ninguno presta servicios de agencias de viajes u oficinas de representación turística.	<b>Servicios turísticos prestados por los actores</b>									
	Presta otro servicio turístico	0,0%								
	Experiencias de naturaleza o culturales	14,3%								
	Unidades productivas	0,0%								
	Oficinas de representación turística	0,0%								
	Parques temáticos agroturísticos	14,3%								
	Transporte terrestre automotor	7,1%								
	Guianza u orientación turística	14,3%								
	Agencias de viajes	0,0%								
	Alimentos / Bebidas	28,6%								
	Alojamiento / Hospedaje	14,3%								



## Capacidad de prestación de servicios complementarios.

Tabla 32. Capacidad de prestar servicios complementarios - Manizales

<b>Actores</b>	Escuelas y/o talleres de música, danza, teatro	Teatro, auditorio , sala de conciertos	Salones de exposición y/o taller de artes plásticas	Artes circenses	Tienda y/o taller de artesanías o artes decorativas	Agricultura tradicional	Portador (manifestador) de patrimonio cultural inmaterial	Centros culturales	Discotecas, bar, casinos, bingos	Mercados tradicionales	Escenarios para la práctica de deportes tradicionales	Otro servicio cultural o asociado
1. VEG FOOD COMIDA SANA	Si											
2. PRODUCTOS INTEGRALES EL TRIGAL												
3. DELICIAS MYRLUZ												
4. AROMATICAS LA HUERTA												
5. PURO CACAO ARTESANAL											Si	
6. LA FAVORITA REPRESENTACIONES SAS												
7. GELATINAS SON RICAS												
8. PICNIC LA CAMELIA	Si											
9. GRANJA MI JUANITA												
10. CREATESS SAS	Si											
11. RESTAURANTE Y ASADERO ROSITAS												
12. CHOCOLERA MONTAÑERA RESTAURANTE												
13. FUNDACION IMPACTO SOCIAL	Si							Si				

FIS Y  
ORGANIZACION  
DE MUJERES  
GALEMBÁ

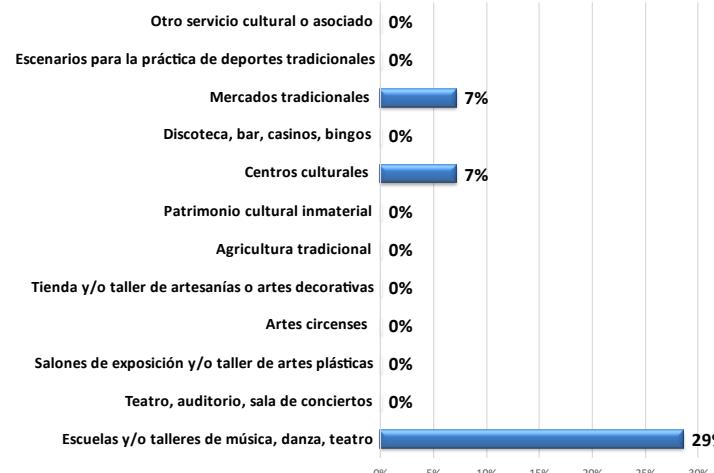
#### **14. DULCES ARTESANALES**

##### **Análisis conjunto**

Los actores prestan servicios complementarios, así: el 29% escuelas y/o talleres de música, danza, teatro; el 7% centros culturales y el 7% mercados tradicionales.

No ofrecen servicios ligados a discotecas, bares, casinos bingos y tampoco escenarios para la práctica de deportes tradicionales o a las artes circenses; no tienen agricultura tradicional; no prestan otros servicios culturales o asociados; no cuentan con tienda y/o taller de artesanías o artes decorativas; no son manifestadores de patrimonio cultural inmaterial; no cuentan con teatro, auditorio y sala de conciertos; sin salones de exposición y/o taller de artes plásticas.

**Servicios complementarios prestados por los actores**



## Asociación comercial con otros proveedores de servicios turísticos

Tabla 33. Asociación comercial servicios turísticos - Manizales

Actores	Servicios Asociados Comercialmente										
	Alojamiento	Restaurant e / Cafeterías	Guías profesionales, Baquianos intérpretes locales	Agencias de viajes	Servicio de transporte	Proveedores de experiencias de naturaleza o culturales	Servicios culturales y asociados	Deportes extremos (Turismo de aventura)	Unidades productivas	Oficinas de representación turística	Cultivadores de caña
1. VEG FOOD COMIDA SANA											
2. PRODUCTOS INTEGRALES EL TRIGAL											
3. DELICIAS MYRLUZ											
4. AROMATICAS LA HUERTA											
5. PURO CACAO ARTESANAL		Si				Si		Si			
6. LA FAVORITA REPRESENTACIONES SAS											
7. GELATINAS SON RICAS						Si					
8. PICNIC LA CAMELIA	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si		Si		
9. GRANJA MI JUANITA											
10. CREATE5 SAS	Si	Si	Si		Si	Si	Si	Si	Si		Si
11. RESTAURANTE Y ASADERO ROSITAS											
12. CHOCOLERA MONTAÑERA RESTAURANTE											
13. FUNDACION IMPACTO SOCIAL FIS Y ORGANIZACION DE MUJERES GALEMBA							Si				
14. DULCES ARTESANALES											

Actores	Servicios Asociados Comercialmente																																		
	Alojamiento	Restaurant e / Cafeterías	Guías profesionales, Baquianos intérpretes locales	Agencias de viajes	Servicio de transporte	Proveedores de experiencias de naturaleza o culturales	Servicios culturales y asociados	Deportes extremos (Turismo de aventura)	Unidades productivas	Oficinas de representación turística	Cultivadores de caña																								
<b>Análisis conjunto</b>	<b>Servicios asociados comercialmente</b> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Servicio</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cultivadores de caña</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>Oficinas de representación turística</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Unidades productivas</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>Deportes extremos (Turismo de aventura)</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>Servicios culturales y asociados</td> <td>21%</td> </tr> <tr> <td>Proveedores de experiencias de naturaleza o culturales</td> <td>29%</td> </tr> <tr> <td>Servicio de transporte</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>Agencias de viajes</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>Guías profesionales, Baquianos intérpretes locales</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>Restaurante / Cafeterías</td> <td>21%</td> </tr> <tr> <td>Alojamiento</td> <td>14%</td> </tr> </tbody> </table>											Servicio	Porcentaje	Cultivadores de caña	7%	Oficinas de representación turística	0%	Unidades productivas	14%	Deportes extremos (Turismo de aventura)	14%	Servicios culturales y asociados	21%	Proveedores de experiencias de naturaleza o culturales	29%	Servicio de transporte	14%	Agencias de viajes	7%	Guías profesionales, Baquianos intérpretes locales	14%	Restaurante / Cafeterías	21%	Alojamiento	14%
Servicio	Porcentaje																																		
Cultivadores de caña	7%																																		
Oficinas de representación turística	0%																																		
Unidades productivas	14%																																		
Deportes extremos (Turismo de aventura)	14%																																		
Servicios culturales y asociados	21%																																		
Proveedores de experiencias de naturaleza o culturales	29%																																		
Servicio de transporte	14%																																		
Agencias de viajes	7%																																		
Guías profesionales, Baquianos intérpretes locales	14%																																		
Restaurante / Cafeterías	21%																																		
Alojamiento	14%																																		
El 7% con, cultivadores de caña; el 21% de los actores están asociado comercialmente con restaurantes / cafeterías; el 14% con alojamientos; el 14% con otras unidades productivas; el 21% con otros servicios culturales; el 29% con experiencias de naturaleza o culturales; el 14% con guías profesionales, baquianos o intérpretes; el 14% con deportes extremos; el 14% con servicios de transporte; y el 7% con agencias de viajes. Finalmente, no se evidencia una asociación comercial con oficinas de representación turística.  El grado de asociatividad comercial de los actores es alto.																																			



## Estética, infraestructura y señalética

Tabla 34. Estética, infraestructura y señalética - Manizales

Actores	Diseño	Señalética								Infraestructura	
		Inversión en diseño	Señales de emergencia o evacuación	Señales de condición segura	Señales contra incendios	Señales de demarcación fotoluminiscente	Señales de prohibición	Señales de precaución o señales de peligro	Señales de obligación	Parqueaderos e infraestructura	Batería de baño para visitantes
1. VEG FOOD COMIDA SANA											
2. PRODUCTOS INTEGRALES EL TRIGAL	Si										
3. DELICIAS MYRLUZ	Si										Si
4. AROMATICAS LA HUERTA											Si
5. PURO CACAO ARTESANAL	Si										Si
6. LA FAVORITA REPRESENTACIONES SAS	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si			Si
7. GELATINAS SON RICAS	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si			Si
8. PICNIC LA CAMELIA	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si			Si
9. GRANJA MI JUANITA											Si
10. CREATESS SAS	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
11. RESTAURANTE Y ASADERO ROSITAS	Si	Si	Si	Si		Si	Si			Si	Si
12. CHOCOLERA MONTAÑERA RESTAURANTE											Si
13. FUNDACION IMPACTO SOCIAL FIS Y ORGANIZACION DE MUJERES GALEMBA											Si
14. DULCES ARTESANALES		Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si



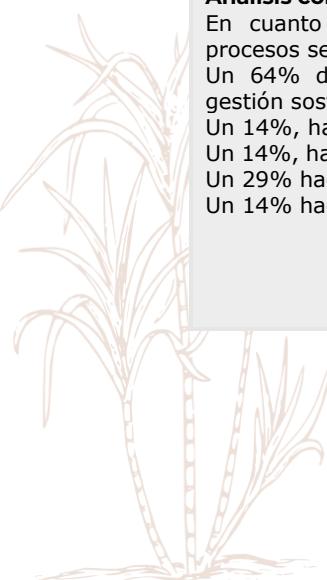
Actores	Diseño	Señalética							Infraestructura																						
	Inversión en diseño	Señales de emergencia o evacuación	Señales de condición segura	Señales contra incendios	Señales de demarcación fotoluminiscente	Señales de prohibición	Señales de precaución o señales de peligro	Señales de obligación	Parqueaderos e infraestructura	Batería de baño para visitantes																					
<b>Análisis conjunto</b>																															
<p>Un 57% de los actores invierte en el diseño o estética de sus establecimientos o lugares de producción.</p> <p>Los principales sistemas de señalética que cuentan los actores son: 43% emergencia o evacuación; 43% contra incendios; 43% de prohibición; 43% de peligro; 36% de obligación; 43% de condición segura y 36% de demarcación fotoluminiscente.</p> <p>Un 86% cuentan con batería de baño para visitantes y sólo un 29% con parqueadero para visitantes.</p>																															
<h3>Estética, infraestructura y señalética</h3>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Elemento</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Batería de baño para visitantes</td> <td>86%</td> </tr> <tr> <td>Parqueaderos e infraestructura</td> <td>29%</td> </tr> <tr> <td>Señales de obligación</td> <td>36%</td> </tr> <tr> <td>Señales de demarcación fotoluminiscente</td> <td>36%</td> </tr> <tr> <td>Señales de precaución o señales de peligro</td> <td>43%</td> </tr> <tr> <td>Señales de prohibición</td> <td>43%</td> </tr> <tr> <td>Señales contra incendios</td> <td>43%</td> </tr> <tr> <td>Señales de condición segura</td> <td>43%</td> </tr> <tr> <td>Señales de emergencia o evacuación</td> <td>43%</td> </tr> <tr> <td>Inversión en diseño</td> <td>57%</td> </tr> </tbody> </table>										Elemento	Porcentaje	Batería de baño para visitantes	86%	Parqueaderos e infraestructura	29%	Señales de obligación	36%	Señales de demarcación fotoluminiscente	36%	Señales de precaución o señales de peligro	43%	Señales de prohibición	43%	Señales contra incendios	43%	Señales de condición segura	43%	Señales de emergencia o evacuación	43%	Inversión en diseño	57%
Elemento	Porcentaje																														
Batería de baño para visitantes	86%																														
Parqueaderos e infraestructura	29%																														
Señales de obligación	36%																														
Señales de demarcación fotoluminiscente	36%																														
Señales de precaución o señales de peligro	43%																														
Señales de prohibición	43%																														
Señales contra incendios	43%																														
Señales de condición segura	43%																														
Señales de emergencia o evacuación	43%																														
Inversión en diseño	57%																														



## Sostenibilidad

Tabla 35. Sostenibilidad - Manizales

Actores	Herramientas de sostenibilidad				
	Uso de energías limpias	Gestión sostenible de residuos sólidos y líquidos	Gestión sostenible de emisión de gases.	Gestión sostenible del consumo de agua	Gestión sostenible del consumo de energía
1. VEG FOOD COMIDA SANA		Si			
2. PRODUCTOS INTEGRALES EL TRIGAL					
3. DELICIAS MYRLUZ					
4. AROMATICAS LA HUERTA		Si			
5. PURO CACAO ARTESANAL	Si	Si	Si	Si	Si
6. LA FAVORITA REPRESENTACIONES SAS		Si	Si		
7. GELATINAS SON RICAS		Si			
8. PICNIC LA CAMELIA		Si	Si		
9. GRANJA MI JUANITA					
10. CREATE5 SAS	Si	Si	Si	Si	Si
11. RESTAURANTE Y ASADERO ROSITAS					
12. CHOCOLERA MONTAÑERA RESTAURANTE					
13. FUNDACION IMPACTO SOCIAL FIS Y ORGANIZACION DE MUJERES GALEMBA		Si			
14. DULCES ARTESANALES		Si			
<b>Análisis conjunto</b>					
En cuanto a implementación de sostenibilidad en los procesos se distribuyen de la siguiente forma:					
Un 64% de los actores implementan herramientas de gestión sostenible de residuos sólidos y líquidos.					
Un 14%, hacen gestión sostenible del consumo de agua.					
Un 14%, hacen gestión sostenible del consumo de energía.					
Un 29% hacen gestión sostenible de emisión de gases.					
Un 14% hacen uso de energías limpias.					
<b>Herramientas de sostenibilidad</b>					
Gestión sostenible del consumo de energía  14%					
Gestión sostenible del consumo de agua  14%					
Gestión sostenible de emisión de gases  29%					
Gestión sostenible de residuos sólidos y líquidos  64%					
Uso de energías limpias  14%					

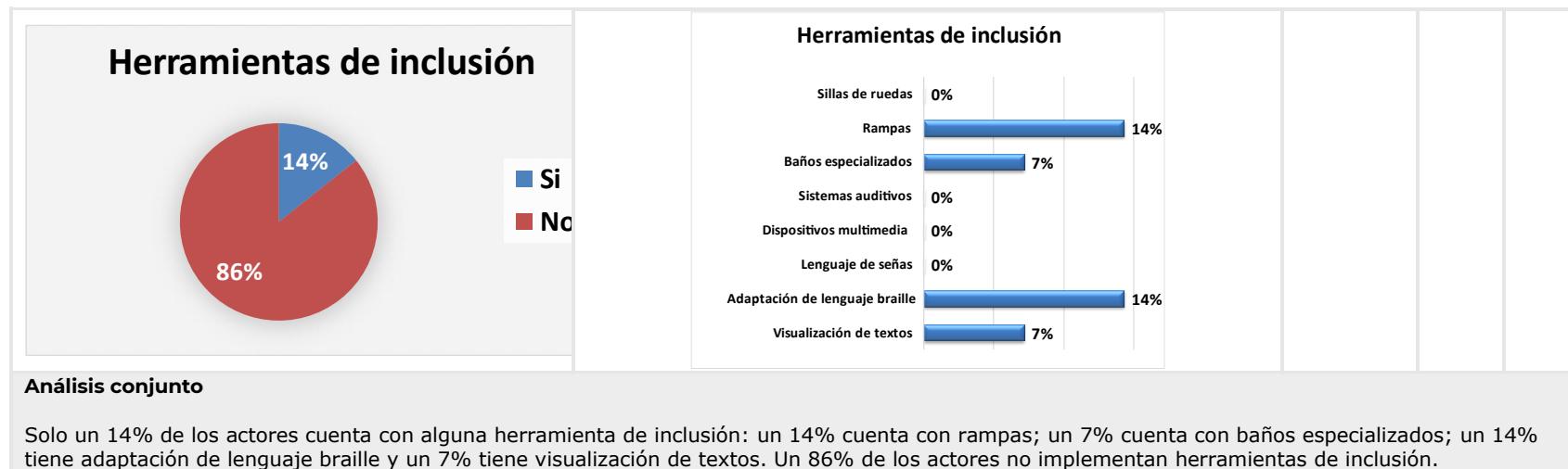


## Inclusión

Tabla 36. Inclusión - Manizales

Actores	Herramientas de inclusión		Herramienta							
	No	Si	Visualización de textos	Adaptación de lenguaje braille	Lenguaje de señas	Dispositivos multimedia	Sistemas auditivos	Baños especializados	Rampas	Sillas de ruedas
1. VEG FOOD COMIDA SANA	x									
2. PRODUCTOS INTEGRALES EL TRIGAL	x									
3. DELICIAS MYRLUZ	x									
4. AROMATICAS LA HUERTA	x									
5. PURO CACAO ARTESANAL	x									
6. LA FAVORITA REPRESENTACIONES SAS	x									
7. GELATINAS SON RICAS	x									
8. PICNIC LA CAMELIA		x		x					x	
9. GRANJA MI JUANITA	x									
10. CREATE5 SAS		x	x	x				x	x	
11. RESTAURANTE Y ASADERO ROSITAS	x									
12. CHOCOLERA MONTAÑERA RESTAURANTE	x									
13. FUNDACION IMPACTO SOCIAL FIS Y ORGANIZACION DE MUJERES GALEMBA	x									
14. DULCES ARTESANALES	x									





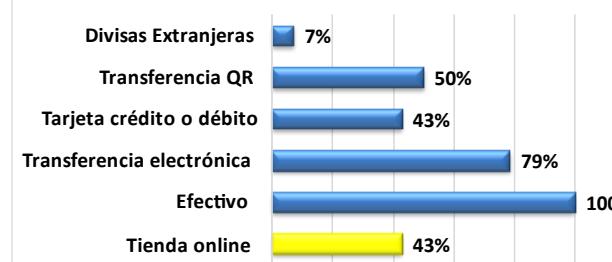
## Uso de Tics

Tabla 37. Uso de Tics - Manizales

Actores	Tienda online	Medios de Pago				
		Efectivo	Transferencia electrónica	Tarjeta crédito o débito (datafono)	Transferencia QR	Divisas Extranjeras
1. VEG FOOD COMIDA SANA	Si	Si	Si		Si	
2. PRODUCTOS INTEGRALES EL TRIGAL	Si	Si	Si		Si	
3. DELICIAS MYRLUZ	Si	Si	Si		Si	
4. AROMATICAS LA HUERTA	Si	Si	Si	Si		
5. PURO CACAO ARTESANAL		Si	Si			
6. LA FAVORITA REPRESENTACIONES SAS	Si	Si	Si	Si	Si	
7. GELATINAS SON RICAS		Si	Si	Si	Si	
8. PICNIC LA CAMELIA		Si	Si	Si	Si	

<b>9.</b> GRANJA MI JUANITA		Si	Si			
<b>10.</b> CREATES SAS	Si	Si	Si	Si	Si	Si
<b>11.</b> RESTAURANTE Y ASADERO ROSITAS		Si	Si	Si		
<b>12.</b> CHOCOLERA MONTAÑERA RESTAURANTE		Si				
<b>13.</b> FUNDACION IMPACTO SOCIAL FIS Y ORGANIZACION DE MUJERES GALEMBA		Si				
<b>14.</b> DULCES ARTESANALES		Si				

### Comercialización



Divisas Extranjeras	7%
Transferencia QR	50%
Tarjeta crédito o débito	43%
Transferencia electrónica	79%
Efectivo	100%
Tienda online	43%

**Análisis conjunto**

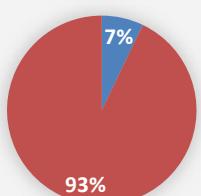
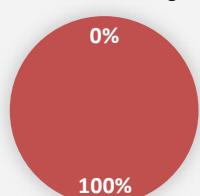
El 45% de los actores cuenta con una tienda online.

Los medios de pago aceptados por los actores son: el 100% efectivo; el 79% transferencias electrónicas; el 43% datáfono para tarjetas de crédito o débito; el 50% cuentan con código QR para transferencias; y un 7% recibe divisas extranjeras.

## Bilingüismo

Tabla 38. Bilingüismo - Manizales

Actores	Señalética en segundo idioma	Idioma de señalética	# empleados bilingües	Información de productos y servicios en un segundo idioma
1. VEG FOOD COMIDA SANA	No		1	No
2. PRODUCTOS INTEGRALES EL TRIGAL	No			No
3. DELICIAS MYRLUZ	No			No
4. AROMATICAS LA HUERTA	No			No
5. PURO CACAO ARTESANAL	No			No
6. LA FAVORITA REPRESENTACIONES SAS	Si	Inglés		No
7. GELATINAS SON RICAS	No			No

8. PICNIC LA CAMELIA	No		4	No
9. GRANJA MI JUANITA	No			No
10. CREATE SAS	No			No
11. RESTAURANTE Y ASADERO ROSITAS	No			No
12. CHOCOLERA MONTAÑERA RESTAURANTE	No			No
13. FUNDACION IMPACTO SOCIAL FIS Y ORGANIZACION DE MUJERES GALEMBA	No			No
14. DULCES ARTESANALES	No		1	No
<b>Análisis conjunto</b>				
El 93% de los actores no cuenta con señalética en un segundo idioma.		Información en un segundo idioma		Información en un segundo idioma
El 100% de los actores no cuenta con información de sus productos en un segundo idioma.				
Sólo 3 de actores cuentan con personal que domine un segundo idioma (inglés).				
Sólo 1 actor cuenta con señalética en otro idioma (inglés).				

## Experiencia turística potencial

Tabla 39. Experiencia turística potencial - Manizales

Actores	¿Su actividad es una experiencia turística?		Experiencia potencial a vincular
	No	Si	
1. VEG FOOD COMIDA SANA	x		
2. PRODUCTOS INTEGRALES EL TRIGAL	x		
3. DELICIAS MYRLUZ		x	El actor cuenta con una experiencia gastronómica basada en dulcería donde los productos que destacan son: choco naranja, naranja deshidratada, barra de chocolate con naranja deshidratada, entre otros dulce. Muestran el proceso de su materia prima que es la cáscara de naranja, como llevan la deshidratación hasta el punto de combinarla con otros alimentos y llegar a un producto exquisito y único en sabor.
4. AROMATICAS LA HUERTA		x	El Actor destaca con su producto al tener agrupado una gran variedad de hierbas aromáticas endulzadas con panela. Con usos para diferentes fines ya sea dolores estomacales, resfriados y como remedio casero artesanal. Adicional, realiza una visita por las instalaciones donde hace

			el proceso de empaque de las hierbas aromáticas.
5. PURO CACAO ARTESANAL		x	Actor que destaca sus productos teniendo como principal el cacao, después de varios estudios y pruebas logra llegar a un producto artesanal combinando el cacao con la panela: mix cacao y melcochitas con panela y chocolate. La experiencia es visitar la tienda ubicada en la torre de chipre, donde no sólo está la estructura emblemática de la ciudad, también es un lugar donde se puede realizar avistamiento de aves.
6. LA FAVORITA REPRESENTACIONES SAS		x	El actor cuenta con una panadería y una gran variedad de productos entre ellos destacan las polvorosas, unas galletas especiales que cuentan la historia de la creación de su empresa desde que la fundó su papá. Ha realizado varios procesos para incluir la panela en sus galletas y ha dado con la receta idónea. Adicional, tiene una cafetería donde pueden llegar los turistas a degustar de los productos con tranquilidad.
7. GELATINAS SON RICAS		x	El actor cuenta con una fábrica de corcho, gelatina negra y gelatina blanca. Muestra el proceso desde la cocción del producto principal, la amasada y el corte de las gelatinas y corchos. La fábrica está bien equipada para el recibimiento de turistas.
8. PICNIC LA CAMELIA		x	El actor cuenta con un restaurante temático contando la historia de sus campesinos de la zona: el pueblito manizaleño. Es una experiencia gastronómica el sitio cuenta con servicio de picnic y restaurante donde hacen platos típicos, algunos de ellos a base de miel panelera y panela, también dulces y acompañan bebidas tradicionales con panela por su infraestructura y su paisajismo rico en diversidad y montaña.
9. GRANJA MI JUANITA	x		
10. CREATE S SAS		x	es un parador turístico donde tienen varias actividades a realizar, elaboran platos, dulces y bebidas a base de panela y miel panelera, también tienen un trapiche artesanal en donde muestran el proceso de elaboración de la panela en las diferentes etapas y presentaciones. Es un sitio que cuenta con actividades complementarias que hacen muy agradable la estadía o permanencia, tienen sendero ecológico por cultivo de café y sendero ambiental con interacción al río, cuentan con cultivos hidropónicos los cuales están organizados para ser visitados y también como base de abastecimiento para la elaboración de los platos de la carta y para la venta, cuentan con una granja donde los visitantes pueden interactuar con los animales, allí se realiza avistamiento de aves y tiene servicio con un guía profesional, tienen servicio de piscina y con alojamiento en vivienda y en posada tipo hostal, tienen el proceso completo de producción de café, contando con barista y equipos necesarios para transformarlo y comercializarlo.
11. RESTAURANTE Y ASADERO ROSITAS	x		
12. CHOCOLERA MONTAÑERA RESTAURANTE		x	se encuentran ubicados en la zona de termalismo de la ciudad, donde hay gran variedad de sitios y comederos típicos de este clima, cuentan con platos hechos a base de panela y mieles paneleras, incluidos en la carta, dulces como brevas y duce de guayaba y bebidas como tinto, agua panela con queso y mazamorra acompañada de panela. Venden comida típica de la región, con platos como bandeja paisa, chorizo, arepas, sancocho, etc
13. FUNDACION IMPACTO SOCIAL FIS Y ORGANIZACION DE MUJERES GALEMBA		x	El actor es un grupo de mujeres cabeza de familia quienes se encargan de manejar el banco de alimentos en la plaza de mercado de Manizales, proceden del barrio solferino en donde se realiza la transformación de alimentos y desde allí hacen varios productos a base de panela, los cuales comercializan, como dulces de zapallo, de guayaba, torta de plátano y de banano, tirados.
14. DULCES ARTESANALES	x		



### **Valoración de los actores con potencial de integrarse a la ruta en Manizales**

La siguiente tabla sintetiza la valoración numérica que los actores caracterizados obtuvieron en las diferentes dimensiones de análisis. Los actores calificados con 90 o más puntos, son los que integrarán la siguiente fase de diseño de la ruta:

Tabla 40. Valoración de los actores - Manizales

<b>Actores</b>	<b>Perfil y Formalidad</b>	<b>Ubicación y accesibilidad</b>	<b>Servicios turísticos</b>	<b>Servicios complementarios</b>	<b>Asociación con prestadores</b>	<b>Estética, infraestructura y señalética</b>	<b>Sostenibilidad</b>	<b>Inclusión</b>	<b>Uso de tics</b>	<b>Bilingüismo</b>	<b>Experiencia turística potencial</b>	<b>TOTAL</b>
<b>1.</b> VEG FOOD COMIDA SANA	6,3	10,0	8	8,5	8	6,9	8	8	9,5	8,7	0	81,9
<b>2.</b> PRODUCTOS INTEGRALES EL TRIGAL	8,7	10,0	8	8	8	7,5	7,5	8	9,5	8,0	0	83,2
<b>3.</b> DELICIAS MYRLUZ	8,7	10,0	8	8	8	7,5	7,5	8	9,5	8,0	10	93,2
<b>4.</b> AROMATICAS LA HUERTA	7,3	10,0	8	8	8	6,9	8	8	9,5	8,0	10	91,7
<b>5.</b> PURO CACAO ARTESANAL	6,7	10,0	8,5	8,5	9,5	7,5	10	8	8,3	8,0	10	95
<b>6.</b> LA FAVORITA REPRESENTACIONES SAS	10,0	10,0	8	8	8	9,0	8,5	8	9,8	8,7	10	98
<b>7.</b> GELATINAS SON RICAS	10,0	10,0	8	8	8,5	8,0	8	8	8,8	8,0	10	95,3
<b>8.</b> PICNIC LA CAMELIA	8,3	10,0	10	8,5	10	9,0	8,5	10	8,8	8,7	10	101,8
<b>9.</b> GRANJA MI JUANITA	6,3	10,0	8	8	8	7,9	7,5	8	8,3	8,0	0	80
<b>10.</b> CREATESS SAS	10,0	10,0	10	8,5	10	10,0	10	10	10,0	8,0	10	106,5
<b>11.</b> RESTAURANTE Y ASADERO ROSITAS	10,0	10,0	8	8	8	9,9	7,5	8	8,5	8,0	0	85,9

<b>12. CHOCOLERA MONTAÑERA RESTAURANTE</b>	8,7	9,0	8,5	8	8	7,9	7,5	8	8,0	8,0	10	91,6

## Provincia de Gualivá

### Contexto

La Provincia de Gualivá en el departamento de Cundinamarca, Colombia, es conocida por su larga tradición panelera, que se remonta a tiempos coloniales. El cultivo de la caña de azúcar y la producción de panela han sido actividades económicas importantes en esta región durante siglos.

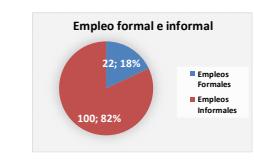
En la Provincia de Gualivá, la producción de panela se ha mantenido como una actividad predominante a lo largo del tiempo, siendo una fuente de empleo e ingresos para muchas familias. Los trapiches, que son pequeñas instalaciones donde se procesa la caña de azúcar para obtener panela, son característicos de esta región.

Además de su importancia económica, la producción de panela en Gualivá también tiene un significado cultural y tradicional profundo. Es un símbolo de la identidad local y forma parte de las costumbres y festividades de la región.

### Perfil organizacional y formalización.

Tabla 41. Perfil organizacional y formalización - Provincia de Gualivá

Actores	FORMALIDAD Y NATURALEZA JURÍDICA							
	Registro Mercantil	RUT	RNT	Empleos Formales	Empleos Informales	% de formalidad	Tipo de organización	Tiempo de operación
1. MAS ARRIBA LICOR ARTESAN	No	No	No	2	2	50%	PERSONA NATURAL	ENTRE 3 Y 5 AÑOS
2. TORTINILLO: TORTAS DE PANTANILLO	Si	No	No	1	1	50%	PERSONA NATURAL	MÁS DE 5 AÑOS
3. LICOR SABAFE	No	No	No	1	1	50%	PERSONA NATURAL	ENTRE 1 Y 3 AÑOS
4. EL RON DE DOÑA ELSA	No	No	No		2	0%	PERSONA NATURAL	ENTRE 3 Y 5 AÑOS
5. DON MARIO VANEGAS	No	No	No		1	0%	PERSONA NATURAL	MÁS DE 5 AÑOS
6. LAS CHIRRINCHERAS DE TIERRA AMARILLA	No	No	No		1	0%	PERSONA NATURAL	MÁS DE 5 AÑOS
7. LICORES DONDE CHABELA	No	No	No		2	0%	PERSONA NATURAL	ENTRE 3 Y 5 AÑOS

Actores	FORMALIDAD Y NATURALEZA JURÍDICA								
	Registro Mercantil	RUT	RNT	Empleos Formales	Empleos Informales	% de formalidad	Tipo de organización	Tiempo de operación	
8. ASOCIACIÓN DE PANELEROS DEL MUNICIPIO LA VEGA	Si	Si	No		23	0%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	MÁS DE 5 AÑOS	
9. TRAPICHE DON RAFAEL	No	No	No		6	0%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	MÁS DE 5 AÑOS	
10. DUCERIA SAN VICENTE	Si	Si	No		2	0%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	MÁS DE 5 AÑOS	
11. AGUARDIENTE Y RON SANTA MATILDE	No	No	No		3	0%	PERSONA NATURAL	MÁS DE 5 AÑOS	
12. ASOPROPANOC	Si	Si	No		5	0%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	ENTRE 1 Y 3 AÑOS	
13. RON Y AGUARDIENTE DE SUSANA	No	No	No		2	0%	PERSONA NATURAL	MÁS DE 5 AÑOS	
14. LOS DULCES DE DOÑA ANGÉLICA	No	No	No		1	0%	PERSONA NATURAL	MÁS DE 5 AÑOS	
15. EL FOGON DE LA ABUELITA	Si	No	No		4	0%	PERSONA NATURAL	ENTRE 3 Y 5 AÑOS	
16. AIMA PANELA	Si	Si	No	7	6	54%	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	ENTRE 3 Y 5 AÑOS	
17. INVERSIONES DON PEDRO COL SAS	Si	Si	Si		15	0%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	MÁS DE 5 AÑOS	
18. ASOTRAPICHES	Si	Si	No	5	15	25%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	ENTRE 3 Y 5 AÑOS	
19. LICORES DON AUGUSTO	No	No	No		2	0%	PERSONA NATURAL	ENTRE 1 Y 3 AÑOS	
20. AGROSAT GUALIVÁ SAT	Si	Si	Si		6	0%	ENTIDADES DE ECONOMÍA SOLIDARIA	HACE MENOS DE 1 AÑO	
21. CERVECERÍA DORADA	No	No	No	1		100%	EMPRESA UNIPERSONAL	ENTRE 1 Y 3 AÑOS	
22. TRAPICHE LOS ABUELOS	No	No	No	5		100%	EMPRESA UNIPERSONAL	MÁS DE 5 AÑOS	
<b>Actores que cuentan con:</b> 				<b>Empleo formal e informal</b> 		<b>Tipo de Organización</b> 		<b>Tiempo de operación</b> 	

#### Evaluación de la dimensión:

El 32% de los actores realizan sus actividades formalmente (con registro mercantil), y el 41% cuentan cámara de comercio. Sólo dos actores cuentan con registro nacional de turismo.

El 82% de los empleos generados por los actores es informal (100 empleados) y solo un 16% generan empleos formales (22 empleados).

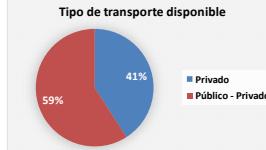
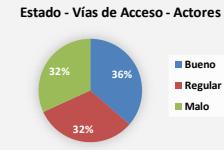
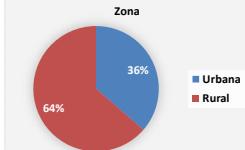
Actores	FORMALIDAD Y NATURALEZA JURÍDICA							
	Registro Mercantil	RUT	RNT	Empleos Formales	Empleos Informales	% de formalidad	Tipo de organización	Tiempo de operación
En cuanto al tipo de organización, el 55% son personas naturales, el 27% son asociaciones, corporaciones y fundaciones, el 9% empresa unipersonal, el 5% son SAS y el 5% entidades de economía solidaria.								
En cuanto al tiempo de operación, el 50% de los actores realizan su actividad hace más de 5 años; el 27% entre 3 y 5 años; el 18% entre 1 y 3 años y el 5% hace menos de un año.								
Esta realidad demuestra el arraigo y reciente desarrollo que en el destino tiene la producción y comercialización de licores y otros derivados.								

## Ubicación y accesibilidad.

Tabla 42. Ubicación y accesibilidad - Provincia de Gualivá

Actor	Zona		Distancia			Accesibilidad	
	Urbana	Rural	<5 km	>5km a <10 km	>10km	Estado de las vías	Disponibilidad de transporte
1. MAS ARRIBA LICOR ARTESAN		x		x		REGULAR	PÚBLICO – PRIVADO
2. TORTINILLO: TORTAS DE PANTANILLO		x		x		BUENA	PÚBLICO – PRIVADO
3. LICOR SABAFE	x		x			BUENA	PÚBLICO – PRIVADO
4. EL RON DE DOÑA ELSA		x		x		MALA	PRIVADO
5. DON MARIO VANEGAS		x		x		MALA	PRIVADO
6. LAS CHIRRINCHERAS DE TIERRA AMARILLA		x		x		MALA	PRIVADO
7. LICORES DONDE CHABELA		x		x		MALA	PRIVADO
8. ASOCIACIÓN DE PANELEROS DEL MUNICIPIO LA VEGA	x		x			REGULAR	NO APLICA
9. TRAPICHE DON RAFAEL		x		x		BUENA	PÚBLICO – PRIVADO
10. DUCERIA SAN VICENTE		x		x		REGULAR	PRIVADO
11. AGUARDIENTE Y RON SANTA	x		x			REGULAR	PÚBLICO – PRIVADO

Actor	Zona		Distancia			Accesibilidad	
	Urbana	Rural	<5 km	>5km a <10 km	>10km	Estado de las vías	Disponibilidad de transporte
MATILDE							
<b>12. ASOPROPANOC</b>	x		x			REGULAR	PÚBLICO – PRIVADO
<b>13. RON Y AGUARDIENTE DE SUSANA</b>		x		x		MALA	PRIVADO
<b>14. LOS DULCES DE DOÑA ANGÉLICA</b>	x		x			BUENA	PÚBLICO – PRIVADO
<b>15. EL FOGON DE LA ABUELITA</b>	x		x			BUENA	PÚBLICO – PRIVADO
<b>16. AIMA PANELA</b>	x		x			BUENA	PÚBLICO – PRIVADO
<b>17. INVERSIONES DON PEDRO COL SAS</b>	x		x			BUENA	PÚBLICO – PRIVADO
<b>18. ASOTRAPICHES</b>		x		x		REGULAR	NO APLICA
<b>19. LICORES DON AUGUSTO</b>		x		x		MALA	PRIVADO
<b>20. AGROSAT GUALIVÁ SAT</b>		x		x		REGULAR	PRIVADO
<b>21. CERVECERÍA DORADA</b>		x	x			BUENA	PÚBLICO – PRIVADO
<b>22. TRAPICHE LOS ABUELOS</b>		x		x		MALA	PRIVADO



#### Evaluación de la dimensión.

El 64% de los actores se encuentran en **zonas rurales**, frente a un 36% que se encuentra en la **zona urbana**.

El 41% de los actores se encuentran a **menos de 5km** del parque principal de los municipios y un 59% se encuentran **entre 5 y 10km** de distancia. La distancia es un criterio fundamental para articular la ruta turística, por lo que los que se ubican a más de 10km se les otorgó un menor puntaje.

El 36% de las vías de acceso **hacia los actores caracterizados** se encuentran en una **condición buena**; el 32% de las vías de acceso se encuentran en **estado regular** y el 32% de las vías de acceso se encuentra en **mal estado**.

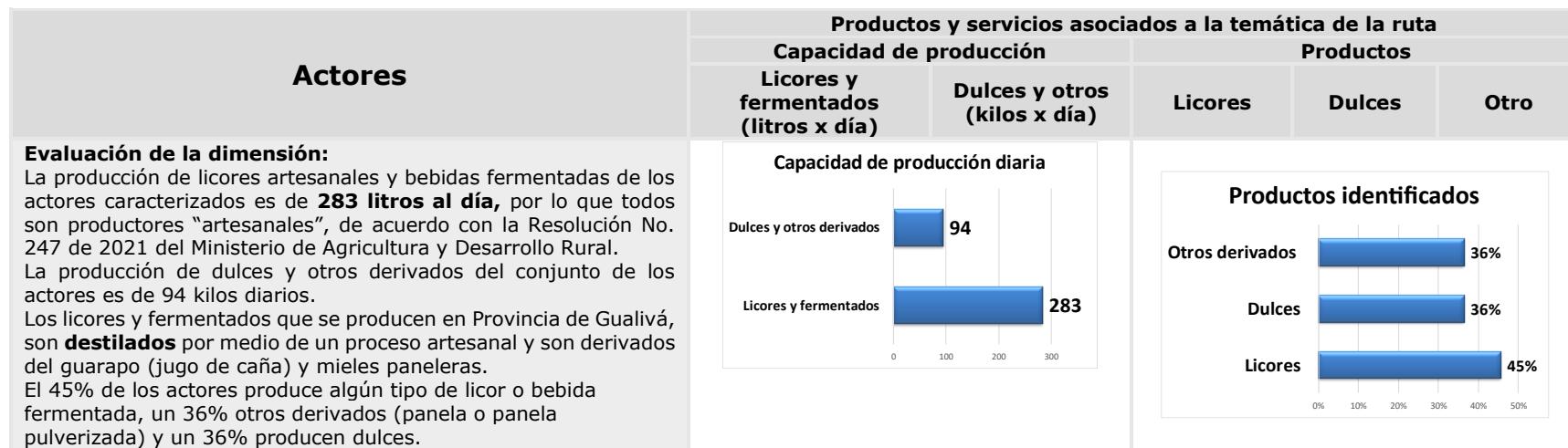
Finalmente, se identificó la disponibilidad de transporte (público / privado) hacia el punto donde se encuentra ubicado el actor caracterizado, dando como resultado un 41% de los actores se puede acceder con transporte **privado** y el 59% con transporte **público - privado**.

## Productos y servicios

Tabla 43. Productos y servicios - Provincia de Gualivá

Actores	Productos y servicios asociados a la temática de la ruta				
	Capacidad de producción		Productos		
	Licores y fermentados (litros x día)	Dulces y otros (kilos x día)	Licores	Dulces	Otro
1. MAS ARRIBA LICOR ARTESAN	30		x		
2. TORTINILLO: TORTAS DE PANTANILLO	5		x		x
3. LICOR SABAFE	4,3		x		
4. EL RON DE DOÑA ELSA	2,3		x		
5. DON MARIO VANEGAS	1,1		x		
6. LAS CHIRRINCHERAS DE TIERRA AMARILLA	4,3		x		
7. LICORES DONDE CHABELA	0,8		x		
8. ASOCIACIÓN DE PANELEROS DEL MUNICIPIO LA VEGA		28,3			x
9. TRAPICHE DON RAFAEL		2		x	x
10. DUCERIA SAN VICENTE		60		x	x
11. AGUARDIENTE Y RON SANTA MATILDE	21,4		x		
12. ASOPROPANOC	71,4		x	x	x
13. RON Y AGUARDIENTE DE SUSANA	5		x		
14. LOS DULCES DE DOÑA ANGÉLICA		3,5		x	
15. EL FOGON DE LA ABUELITA	27,5		x	x	x
16. AIMA PANELA	125		x	x	x
17. INVERSIONES DON PEDRO COL SAS	16,7		x	x	x
18. ASOTRAPICHES	Desconoce		x		
19. LICORES DON AUGUSTO	14,3		x	x	
20. AGROSAT GUALIVÁ SAT	Desconoce				x
21. CERVECERÍA DORADA	1,2		x		
22. TRAPICHE LOS ABUELOS		Desconoce		x	





### Capacidad de prestación de servicios turísticos.

Tabla 44. Capacidad de prestar servicios turísticos - Provincia de Gualivá

Actores	Servicios turísticos									
	Alojamiento / Hospedaje	Alimentos / Bebidas	Agencias de viajes	Guianza u orientación turística	Transporte terrestre automotor	Parques temáticos, agroturísticos	Oficinas de representación turística	Unidades productivas	Experiencias de naturaleza o culturales	Presta otro servicio turístico
1. MAS ARRIBA LICOR ARTESAN	Si									
2. TORTINILLO: TORTAS DE PANTANILLO	Si	Si		Si						
3. LICOR SABAFE										
4. EL RON DE DOÑA ELSA		Si								
5. DON MARIO VANEGAS										
6. LAS CHIRRINCHERAS DE										

Actores	Servicios turísticos									
	Alojamiento / Hostería	Alimentos / Bebidas	Agencias de viajes	Guianza u orientación turística	Transporte terrestre automotor	Parques temáticos, agroturísticos	Oficinas de representación turística	Unidades productivas	Experiencias de naturaleza o culturales	Presta otro servicio turístico
TIERRA AMARILLA										
7. LICORES DONDE CHABELA										
8. ASOCIACIÓN DE PANELEROS DEL MUNICIPIO LA VEGA										
9. TRAPICHE DON RAFAEL										
10. DUCERIA SAN VICENTE										
11. AGUARDIENTE Y RON SANTA MATILDE										
12. ASOPROANOC					Si	Si				
13. RON Y AGUARDIENTE DE SUSANA										
14. LOS DULCES DE DOÑA ANGÉLICA										
15. EL FOGON DE LA ABUELITA	Si							Si		
16. AIMA PANELA	Si							Si		Si
17. INVERSIONES DON PEDRO COL SAS	Si	Si		Si			Si	Si	Si	
18. ASOTRAPICHES	Si	Si		Si					Si	
19. LICORES DON AUGUSTO	Si		Si							
20. AGROSAT GUALIVÁ SAT	Si			Si	Si					
21. CERVECERÍA DORADA										
22. TRAPICHE LOS ABUELOS	Si	Si		Si						



Actores	Servicios turísticos																															
	Alojamiento / Hostería	Alimentos / Bebidas	Agencias de viajes	Guianza u orientación turística	Transporte terrestre automotor	Parques temáticos, agroturísticos	Oficinas de representación turística	Unidades productivas	Experiencias de naturaleza o culturales	Presta otro servicio turístico																						
<b>Análisis conjunto</b> El 32% de los actores realizan sus actividades formalmente (con registro mercantil), y el 41% cuentan cámara de comercio. Sólo dos actores cuentan con registro nacional de turismo. En cuanto a los servicios que prestan, son: 36,4% alimentos / bebidas, 27,3% alojamiento / hospedaje, 27,3% guianza u orientación turística, 4,5% parques temáticos o agroturísticos, 4,5% presta otro servicio turístico, 13,6% en unidades productivas, 9,1% transporte terrestre y 9,1% experiencias de naturaleza o culturales. Ninguno presta servicios de agencias de viajes u oficinas de representación turística.	<p><b>Servicios turísticos prestados por los actores</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Servicio</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Presta otro servicio turístico</td> <td>4,5%</td> </tr> <tr> <td>Experiencias de naturaleza o culturales</td> <td>9,1%</td> </tr> <tr> <td>Unidades productivas</td> <td>13,6%</td> </tr> <tr> <td>Oficinas de representación turística</td> <td>0,0%</td> </tr> <tr> <td>Parques temáticos agroturísticos</td> <td>4,5%</td> </tr> <tr> <td>Transporte terrestre automotor</td> <td>9,1%</td> </tr> <tr> <td>Guianza u orientación turística</td> <td>27,3%</td> </tr> <tr> <td>Agencias de viajes</td> <td>0,0%</td> </tr> <tr> <td>Alimentos / Bebidas</td> <td>36,4%</td> </tr> <tr> <td>Alojamiento / Hostería</td> <td>27,3%</td> </tr> </tbody> </table>										Servicio	Porcentaje	Presta otro servicio turístico	4,5%	Experiencias de naturaleza o culturales	9,1%	Unidades productivas	13,6%	Oficinas de representación turística	0,0%	Parques temáticos agroturísticos	4,5%	Transporte terrestre automotor	9,1%	Guianza u orientación turística	27,3%	Agencias de viajes	0,0%	Alimentos / Bebidas	36,4%	Alojamiento / Hostería	27,3%
Servicio	Porcentaje																															
Presta otro servicio turístico	4,5%																															
Experiencias de naturaleza o culturales	9,1%																															
Unidades productivas	13,6%																															
Oficinas de representación turística	0,0%																															
Parques temáticos agroturísticos	4,5%																															
Transporte terrestre automotor	9,1%																															
Guianza u orientación turística	27,3%																															
Agencias de viajes	0,0%																															
Alimentos / Bebidas	36,4%																															
Alojamiento / Hostería	27,3%																															



## Capacidad de prestación de servicios complementarios.

Tabla 45. Capacidad de prestar servicios complementarios - Provincia de Gualivá

<b>Actores</b>	Escuela s y/o talleres de música, danza, teatro	Teatro, auditorio, sala de conciertos	Salones de exposición y/o taller de artes plásticas	Artes circenses	Tienda y/o taller de artesanías o artes decorativas	Agricultura tradicional	Portador (manifestador) de patrimonio cultural inmaterial	Centros culturales	Discoteca , bar, casinos, bingos	Mercados tradicionales	Escenarios para la práctica de deportes tradicionales	Otro servicio cultural o asociado
1. MAS ARRIBA LICOR ARTESAN	Si											
2. TORTINILLO: TORTAS DE PANTANILLO	Si											
3. LICOR SABAFE												
4. EL RON DE DOÑA ELSA												
5. DON MARIO VANEGAS												
6. LAS CHIRINCHERAS DE TIERRA AMARILLA												
7. LICORES DONDE CHABELA												
8. ASOCIACIÓN DE PANELEROS DEL MUNICIPIO LA VEGA												
9. TRAPICHE DON RAFAEL						Si						
10. DUCERIA SAN VICENTE												
11. AGUARDIENTE Y RON SANTA MATILDE						Si						
12. ASOPROANOC	Si											



artesanías o artes decorativas.

No prestan otros servicios culturales o asociados, no ofrecen servicios ligados a discotecas, bares, casinos bingos y tampoco o a las artes circenses. No son manifestadores de patrimonio cultural inmaterial, no cuentan con teatro, auditorio y sala de conciertos, tampoco con salones de exposición y/o taller de artes plásticas ni centros culturales.



## Asociación comercial con otros proveedores de servicios turísticos

Tabla 46. Asociación comercial servicios turísticos - Provincia de Gualivá

Actores	Servicios Asociados Comercialmente										
	Alojamiento	Restaurant e / Cafeterías	Guías profesionales, Baquianos intérpretes locales	Agencias de viajes	Servicio de transporte	Proveedores de experiencias de naturaleza o culturales	Servicios culturales y asociados	Deportes extremos (Turismo de aventura)	Unidades productivas	Oficinas de representación turística	Cultivadores de caña
1. MAS ARRIBA LICOR ARTESAN											
2. TORTINILLO: TORTAS DE PANTANILLO	Si	Si	Si								
3. LICOR SABAFE											
4. EL RON DE DOÑA ELSA											
5. DON MARIO VANEGAS											
6. LAS CHIRRINCHERAS DE TIERRA AMARILLA											
7. LICORES DONDE CHABELA											
8. ASOCIACIÓN DE PANELEROS DEL MUNICIPIO LA VEGA											
9. TRAPICHE DON RAFAEL											
10. DUCERIA SAN VICENTE											
11. AGUARDIENTE Y RON SANTA MATILDE	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si		
12. ASOPROPANOC											
13. RON Y AGUARDIENTE DE SUSANA											
14. LOS DULCES DE DOÑA ANGÉLICA											
15. EL FOGON DE LA ABUELITA	Si	Si				Si	Si			Si	Si
16. AIMA PANELA						Si	Si	Si	Si	Si	Si
17. INVERSIONES DON PEDRO COL SAS	Si	Si	Si			Si				Si	
18. ASOTRAPICHES	Si	Si			Si	Si					
19. LICORES DON AUGUSTO											
20. AGROSAT GUALIVÁ SAT	Si	Si	Si		Si						Si
21. CERVECERÍA DORADA											
22. TRAPICHE LOS ABUELOS		Si	Si		Si					Si	

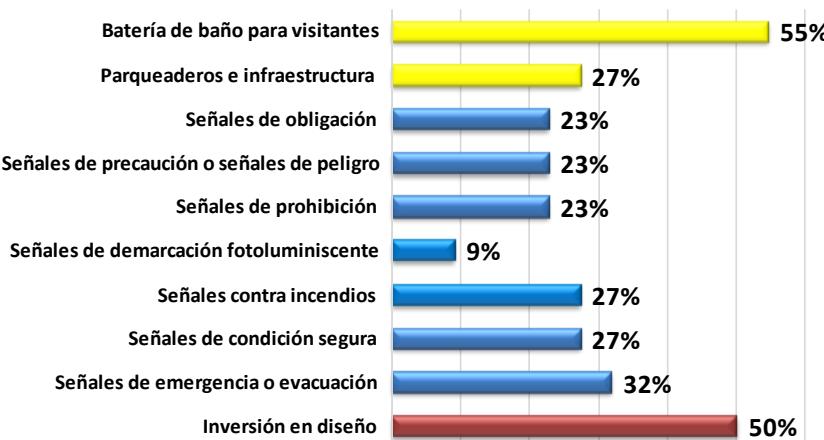
Actores	Servicios Asociados Comercialmente																																		
	Alojamiento	Restaurant e / Cafeterías	Guías profesionales, Baquianos intérpretes locales	Agencias de viajes	Servicio de transporte	Proveedores de experiencias de naturaleza o culturales	Servicios culturales y asociados	Deportes extremos (Turismo de aventura)	Unidades productivas	Oficinas de representación turística	Cultivadores de caña																								
<b>Análisis conjunto</b>	<b>Servicios asociados comercialmente</b> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Servicio</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cultivadores de caña</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>Oficinas de representación turística</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>Unidades productivas</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>Deportes extremos (Turismo de aventura)</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>Servicios culturales y asociados</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>Proveedores de experiencias de naturaleza o culturales</td> <td>23%</td> </tr> <tr> <td>Servicio de transporte</td> <td>18%</td> </tr> <tr> <td>Agencias de viajes</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>Guías profesionales, Baquianos intérpretes locales</td> <td>23%</td> </tr> <tr> <td>Restaurante / Cafeterías</td> <td>32%</td> </tr> <tr> <td>Alojamiento</td> <td>27%</td> </tr> </tbody> </table>											Servicio	Porcentaje	Cultivadores de caña	9%	Oficinas de representación turística	14%	Unidades productivas	9%	Deportes extremos (Turismo de aventura)	9%	Servicios culturales y asociados	14%	Proveedores de experiencias de naturaleza o culturales	23%	Servicio de transporte	18%	Agencias de viajes	5%	Guías profesionales, Baquianos intérpretes locales	23%	Restaurante / Cafeterías	32%	Alojamiento	27%
Servicio	Porcentaje																																		
Cultivadores de caña	9%																																		
Oficinas de representación turística	14%																																		
Unidades productivas	9%																																		
Deportes extremos (Turismo de aventura)	9%																																		
Servicios culturales y asociados	14%																																		
Proveedores de experiencias de naturaleza o culturales	23%																																		
Servicio de transporte	18%																																		
Agencias de viajes	5%																																		
Guías profesionales, Baquianos intérpretes locales	23%																																		
Restaurante / Cafeterías	32%																																		
Alojamiento	27%																																		
El 9% con, cultivadores de caña; el 32% de los actores están asociado comercialmente con restaurantes / cafeterías; el 27% con alojamientos; el 9% con otras unidades productivas; el 14% con otros servicios culturales; el 23% con experiencias de naturaleza o culturales; el 23% con guías profesionales, baquianos o intérpretes; el 9% con deportes extremos; el 18% con servicios de transporte; y el 5% con agencias de viajes y el 14% con oficinas de representación turística.																																			
El grado de asociatividad comercial de los actores es alto.																																			



## Estética, infraestructura y señalética

Tabla 47. Estética, infraestructura y señalética - Provincia de Gualivá

Actores	Diseño	Señalética							Infraestructura		
		Inversión en diseño	Señales de emergencia o evacuación	Señales de condición segura	Señales contra incendios	Señales de demarcación fotoluminiscente	Señales de prohibición	Señales de precaución o señales de peligro	Señales de obligación	Parqueaderos e infraestructura	Batería de baño para visitantes
1. MAS ARRIBA LICOR ARTESAN	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	SI
2. TORTINILLO: TORTAS DE PANTANILLO	Si	Si	Si	Si						Si	SI
3. LICOR SABAFE	Si										SI
4. EL RON DE DOÑA ELSA											
5. DON MARIO VANEGAS											
6. LAS CHIRRINCHERAS DE TIERRA AMARILLA											
7. LICORES DONDE CHABELA											
8. ASOCIACIÓN DE PANELEROS DEL MUNICIPIO LA VEGA											
9. TRAPICHE DON RAFAEL	Si										SI
10. DUCERIA SAN VICENTE											
11. AGUARDIENTE Y RON SANTA MATILDE											
12. ASOPROPANOC	Si	Si	Si	Si		Si	Si	Si	Si	Si	SI
13. RON Y AGUARDIENTE DE SUSANA											
14. LOS DULCES DE DOÑA ANGÉLICA											SI
15. EL FOGON DE LA ABUELITA	Si										SI
16. AIMA PANELA	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	SI
17. INVERSIONES DON PEDRO COL SAS	Si	Si	Si						Si		
18. ASOTRAPICHES		Si									
19. LICORES DON AUGUSTO	Si										SI
20. AGROSAT GUALIVÁ SAT				Si		Si	Si	Si	Si	Si	SI
21. CERVECERÍA DORADA	Si	Si	Si	Si		Si	Si	Si	Si	Si	SI

Actores	Diseño	Señalética							Infraestructura																						
		Inversión en diseño	Señales de emergencia o evacuación	Señales de condición segura	Señales contra incendios	Señales de demarcación fotoluminiscente	Señales de prohibición	Señales de precaución o señales de peligro	Señales de obligación	Parqueaderos e infraestructura	Batería de baño para visitantes																				
<b>22. TRAPICHE LOS ABUELOS</b> <b>Análisis conjunto</b>	Si									SI																					
<b>Estética, infraestructura y señalética</b>																															
 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Elemento</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Batería de baño para visitantes</td> <td>55%</td> </tr> <tr> <td>Parqueaderos e infraestructura</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>Señales de obligación</td> <td>23%</td> </tr> <tr> <td>Señales de precaución o señales de peligro</td> <td>23%</td> </tr> <tr> <td>Señales de prohibición</td> <td>23%</td> </tr> <tr> <td>Señales de demarcación fotoluminiscente</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>Señales contra incendios</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>Señales de condición segura</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>Señales de emergencia o evacuación</td> <td>32%</td> </tr> <tr> <td>Inversión en diseño</td> <td>50%</td> </tr> </tbody> </table>										Elemento	Porcentaje	Batería de baño para visitantes	55%	Parqueaderos e infraestructura	27%	Señales de obligación	23%	Señales de precaución o señales de peligro	23%	Señales de prohibición	23%	Señales de demarcación fotoluminiscente	9%	Señales contra incendios	27%	Señales de condición segura	27%	Señales de emergencia o evacuación	32%	Inversión en diseño	50%
Elemento	Porcentaje																														
Batería de baño para visitantes	55%																														
Parqueaderos e infraestructura	27%																														
Señales de obligación	23%																														
Señales de precaución o señales de peligro	23%																														
Señales de prohibición	23%																														
Señales de demarcación fotoluminiscente	9%																														
Señales contra incendios	27%																														
Señales de condición segura	27%																														
Señales de emergencia o evacuación	32%																														
Inversión en diseño	50%																														



## Sostenibilidad

Tabla 48. Sostenibilidad - Provincia de Gualivá

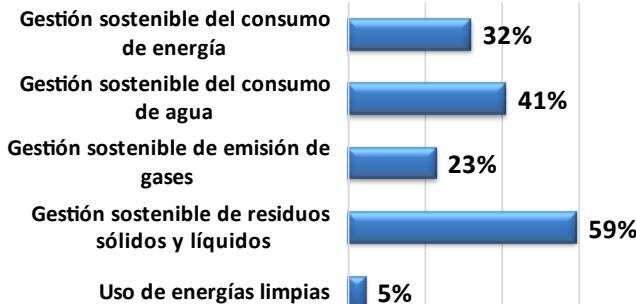
Actores	Herramientas de sostenibilidad				
	Uso de energías limpias	Gestión sostenible de residuos sólidos y líquidos	Gestión sostenible de emisión de gases.	Gestión sostenible del consumo de agua	Gestión sostenible del consumo de energía
1. MAS ARRIBA LICOR ARTESAN		Si	Si	Si	Si
2. TORTINILLO: TORTAS DE PANTANILLO					
3. LICOR SABAFE		Si			
4. EL RON DE DOÑA ELSA					
5. DON MARIO VANEGAS					
6. LAS CHIRRINCHERAS DE TIERRA AMARILLA		Si			
7. LICORES DONDE CHABELA					
8. ASOCIACIÓN DE PANELEROS DEL MUNICIPIO LA VEGA					
9. TRAPICHE DON RAFAEL		Si		Si	
10. DUCERIA SAN VICENTE					
11. AGUARDIENTE Y RON SANTA MATILDE		Si		Si	Si
12. ASOPROPANOC		Si		Si	Si
13. RON Y AGUARDIENTE DE SUSANA			Si	Si	
14. LOS DULCES DE DOÑA ANGÉLICA					
15. EL FOGON DE LA ABUELITA		Si	Si	Si	Si
16. AIMA PANELA		Si			
17. INVERSIONES DON PEDRO COL SAS		Si	Si		
18. ASOTRAPICHES		Si		Si	Si
19. LICORES DON AUGUSTO		Si			
20. AGROSAT GUALIVÁ SAT	Si	Si	Si	Si	Si
21. CERVECERÍA DORADA		Si		Si	Si
22. TRAPICHE LOS ABUELOS					



### Análisis conjunto

En cuanto a implementación de sostenibilidad en los procesos se distribuyen de la siguiente forma:  
Un 59% de los actores implementan herramientas de gestión sostenible de residuos sólidos y líquidos.  
Un 41%, hacen gestión sostenible del consumo de agua.  
Un 32%, hacen gestión sostenible del consumo de energía.  
Un 23% hacen gestión sostenible de emisión de gases  
Un 5% hacen gestión de uso de energías limpias.

### Herramientas de sostenibilidad

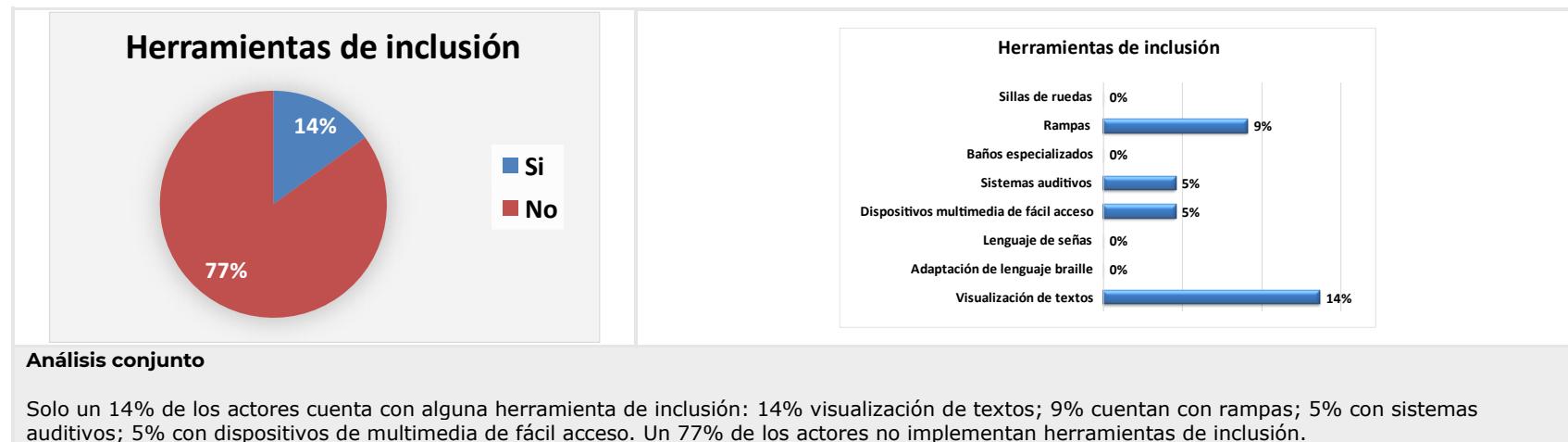


## Inclusión

Tabla 49. Inclusión - Provincia de Gualivá

Actores	Herramientas de inclusión		Herramienta							
	No	Si	Visualización de textos	Adaptación de lenguaje braille	Lenguaje de señas	Dispositivos multimedia de fácil acceso	Sistemas auditivos	Baños especializados	Rampas	Sillas de ruedas
1. MAS ARRIBA LICOR ARTESAN	x									
2. TORTINILLO: TORTAS DE PANTANILLO	x									
3. LICOR SABAFE	x									
4. EL RON DE DOÑA ELSA	x									
5. DON MARIO VANEGAS	x									
6. LAS CHIRRINCHERAS DE TIERRA AMARILLA	x									
7. LICORES DONDE CHABELA	x									
8. ASOCIACIÓN DE PANELEROS DEL MUNICIPIO LA VEGA	x									
9. TRAPICHE DON RAFAEL	x									
10. DUCERIA SAN VICENTE	x									
11. AGUARDIENTE Y RON SANTA MATILDE	x									
12. ASOPROANOC		x	Si							Si
13. RON Y AGUARDIENTE DE SUSANA	x									
14. LOS DULCES DE DOÑA ANGÉLICA	x									
15. EL FOGON DE LA ABUELITA	x									
16. AIMA PANELA		x	Si				Si	Si		Si
17. INVERSIONES DON PEDRO COL SAS	x									
18. ASOTRAPICHES		x	Si							
19. LICORES DON AUGUSTO	x									
20. AGROSAT GUALIVÁ SAT	x									
21. CERVECERÍA DORADA	x									
22. TRAPICHE LOS ABUELOS	x									





## Uso de Tics

Tabla 50. Uso de Tics - Provincia de Gualivá

Actores	Tienda online	Medios de Pago				
		Efectivo	Transferencia electrónica	Tarjeta crédito o débito (datafono)	Transferencia QR	Divisas Extranjeras
1. MAS ARRIBA LICOR ARTESAN	No	Si	Si			Si
2. TORTINILLO: TORTAS DE PANTANILLO	Si	Si				
3. LICOR SABAFE	No	Si	Si			
4. EL RON DE DOÑA ELSA	No	Si				
5. DON MARIO VANEGAS	No	Si				
6. LAS CHIRRINCHERAS DE TIERRA AMARILLA	No	Si				
7. LICORES DONDE CHABELA	No	Si				
8. ASOCIACIÓN DE PANELEROS DEL MUNICIPIO LA VEGA	No	Si	Si	Si	Si	

<b>9.</b> TRAPICHE DON RAFAEL	No	Si	Si			
<b>10.</b> DUCERIA SAN VICENTE	No	Si	Si	Si		
<b>11.</b> AGUARDIENTE Y RON SANTA MATILDE	Si	Si	Si			
<b>12.</b> ASOPROPANOC	Si	Si	Si			
<b>13.</b> RON Y AGUARDIENTE DE SUSANA	No	Si				
<b>14.</b> LOS DULCES DE DOÑA ANGÉLICA	No	Si				
<b>15.</b> EL FOGON DE LA ABUELITA	No	Si	Si			
<b>16.</b> AIMA PANELA	Si	Si	Si	Si	Si	Si
<b>17.</b> INVERSIONES DON PEDRO COL SAS	Si	Si	Si	Si	Si	Si
<b>18.</b> ASOTRAPICHES	No	Si	Si			
<b>19.</b> LICORES DON AUGUSTO	No	Si	Si		Si	
<b>20.</b> AGROSAT GUALIVÁ SAT	Si	Si	Si	Si	Si	
<b>21.</b> CERVECERÍA DORADA	No	Si	Si	Si	Si	Si
<b>22.</b> TRAPICHE LOS ABUELOS	No	Si	Si			

#### Análisis conjunto

El 27% de los actores cuenta con una tienda online.

Los medios de pago aceptados por los actores son: el 100% efectivo; el 68% transferencias electrónicas; el 27% datáfono para tarjetas de crédito o débito; el 23% cuentan con código QR para transferencias; y 18% recibe divisas extranjeras.

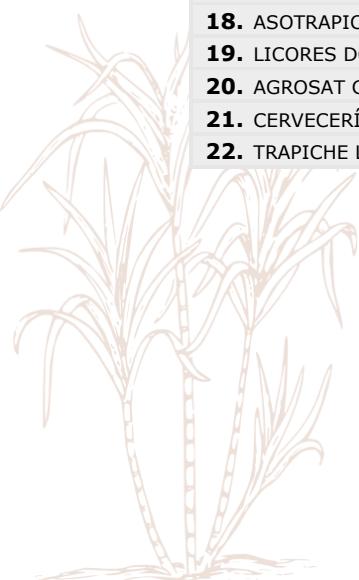
#### Comercialización



## Bilingüismo

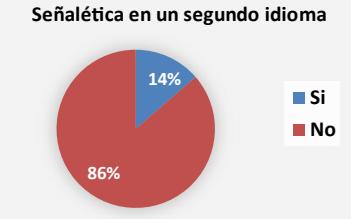
Tabla 51. Bilingüismo - Provincia de Gualivá

<b>Actores</b>	<b>Señalética en segundo idioma</b>	<b>Idioma de señalética</b>	<b># empleados bilingües</b>	<b>Información de productos y servicios en un segundo idioma</b>
1. MAS ARRIBA LICOR ARTESAN	Si	Inglés	1	Si
2. TORTINILLO: TORTAS DE PANTANILLO	Si	Inglés		No
3. LICOR SABAFE	No			No
4. EL RON DE DOÑA ELSA	No			No
5. DON MARIO VANEGAS	No			No
6. LAS CHIRRINCHERAS DE TIERRA AMARILLA	No			No
7. LICORES DONDE CHABELA	No			No
8. ASOCIACIÓN DE PANELEROS DEL MUNICIPIO LA VEGA	No			No
9. TRAPICHE DON RAFAEL	No			No
10. DUCERIA SAN VICENTE	No			No
11. AGUARDIENTE Y RON SANTA MATILDE	No			No
12. ASOPROPANOC	No		1	Si
13. RON Y AGUARDIENTE DE SUSANA	No			No
14. LOS DULCES DE DOÑA ANGÉLICA	No			No
15. EL FOGON DE LA ABUELITA	No			No
16. AIMA PANELA	No			No
17. INVERSIONES DON PEDRO COL SAS	Si	Inglés		Si
18. ASOTRAPICHES	No			No
19. LICORES DON AUGUSTO	No			No
20. AGROSAT GUALIVÁ SAT	No			No
21. CERVECERÍA DORADA	No			No
22. TRAPICHE LOS ABUELOS	No			No



### Análisis conjunto

El 86% de los actores no cuenta con señalética en un segundo idioma.  
 El 86% de los actores no cuenta con información de sus productos en un segundo idioma.  
 Sólo 2 de actores cuentan con personal que domine un segundo idioma (inglés).  
 Sólo 3 actores cuentan con información de productos y servicios en un segundo idioma.  
 Sólo 3 actores cuentan con señalética en otro idioma (inglés).



### Experiencia turística potencial

Tabla 52. Experiencia turística potencial - Provincia de Gualivá

Actores	¿Su actividad es una experiencia turística?		Experiencia potencial a vincular
	No	Si	
1. MAS ARRIBA LICOR ARTESAN		x	Más arriba licor artesano tiene producción de licores por medio de fermentados frutales, usa la panela en el segundo ciclo después de obtener los hongos de la fermentación de la fruta. Produce gran variedad de licores artesanales con la melcocha de panela como: uvas de playa y en los de cacao produce: cacao criollo, cacao fec2, cacao fear (se daña por la altitud) y Cacao de uveros. En el momento está esperando resultados de un nuevo licor que está en fermentación a base de café y panela. La temática de la finca es 100% orgánico, están realizando un proyecto de hospedaje y se llamará Namai Organic: Licores Artesanales, Arqueología, Temática orgánica.
2. TORTINILLO: TORTAS DE PANTANILLO		x	Se destaca por una experiencia gastronómica por hacer con panela: Tortas de pantanillo (de guatila), la chicha, el masato, los dulces de guatila, mermelada de Guatila. Además, presta el servicio de alojamiento, restaurante y guianza turística, los turistas que quieran una caminata tienen a una persona capacitada y adecuada para llevarlas por los caminos reales, contar la historia de los petroglifos, por cascadas y otros sitios históricos.
3. LICOR SABAFE		x	Siendo como base del licor el pirrín, prepara una crema pastelera a base de yema de huevo, fécula de maíz y esencia de hinojo. La crema se hace un día antes de la elaboración del licor y con esto crea el Sabafe. El proceso de creación de este producto nace al interés del actor en aprender diferentes métodos gastronómicos con el Sena y dando como resultado un producto original en sabores que destacan.
4. EL RON DE DOÑA ELSA	x		
5. DON MARIO VANEGAS	x		
6. LAS CHIRRINCHERAS DE TIERRA AMARILLA	x		
7. LICORES DONDE CHABELA	x		

<b>8.</b> ASOCIACIÓN DE PANELEROS DEL MUNICIPIO LA VEGA	<b>X</b>		
<b>9.</b> TRAPICHE DON RAFAEL		<b>X</b>	<p>El trapiche tiene su espacio adecuado y organizado para el recibimiento de turistas. Se produce panela 100% orgánica. Además de ofrecer la experiencia de la producción de panela, la finca cuenta con vistas panorámicas de caña donde se puede apreciar la magnitud desde una piedra gigante. La finca también cuenta con una historia ancestral ya que en la zona habitaban Los Panches conocidos por ser una tribu de guerreros y de ellos esculpidos en varias rocas de la finca se encuentran petroglifos.</p>
<b>10.</b> DUCERIA SAN VICENTE	<b>X</b>		
<b>11.</b> AGUARDIENTE Y RON SANTA MATILDE		<b>X</b>	<p>Ofrece una experiencia completa desde la materia prima hasta el producto terminado. El Trapiche a 10 minutos aproximadamente del parque principal donde se puede ver el proceso de la creación del producto desde que se corta la caña, extracción del guarapo, proceso de fermentación y destilado. A unas cuadras del municipio en la casa de los fabricantes ofrecen el producto en botellas llamativas para llevar un recuerdo.</p>
<b>12.</b> ASOPROPANOC		<b>X</b>	<p>Los productos de licores artesanales como: Licor de mora, ron y miel orgánica. Adicional de producir y comercializar licores tiene una fábrica panelera en bloque y pulverizada y otras combinaciones como panela con jengibre y té con panela, entre otros productos. La fábrica se destaca por su orden y presentación de las instalaciones, el destilado es llevado a cabo en un proceso diferente debido a que la fermentación es realizada desde barriles que duran de 6 meses a 1 año.</p>
<b>13.</b> RON Y AGUARDIENTE DE SUSANA	<b>X</b>		
<b>14.</b> LOS DULCES DE DOÑA ANGÉLICA		<b>X</b>	<p>El actor tiene producción de dulces derivados de panela como: arequipes, de café y tres leches, adicional hace artesanías como: bolsos macramé y crochet. Adicional cuenta con una alianza con el actor Fogón de la Abuelita para la exposición de los dulces y las artesanías.</p>
<b>15.</b> EL FOGON DE LA ABUELITA		<b>X</b>	<p>El actor principal del municipio es El fogón de la abuelita, un restaurante con una gran variedad de productos derivados de panela como: envueltos, guarapo, masato, chicha, cuajada con melao de panela, agua de panela, arepa con panela, entre otros productos. Cuentan con un lugar agradable y cómodo para brindar una experiencia gastronómica mostrando la identidad cultural derivada de la panela.</p>
<b>16.</b> AIMA PANELA		<b>X</b>	<p>Cuenta con una gran variedad de productos locales: bebidas a base de panela, Wuarapu, soda con panela, platos con panela, dulces de panela, entre otras cosas. Adicional el lugar está muy bien ambientado y han invertido en la decoración haciendo de un lugar agradable para estar en cualquier momento del día.</p>
<b>17.</b> INVERSIONES DON PEDRO COL SAS		<b>X</b>	<p>Tienen una venta de productos locales: Cervezas Artesanales: Rubia y Negra. Tiene convenio con Hacienda la Carlina y comercializa el Ron Amuleto y Aguardiente Desquite. Ofrecen una carta con productos de panelas como limonada de panela, sodas, cafés, panela pulverizada y dulces.</p>
<b>18.</b> ASOTRAPICHES	<b>X</b>		
<b>19.</b> LICORES DON AUGUSTO		<b>X</b>	<p>El actor tiene la experiencia de la producción del licor mostrando el proceso de creación del producto desde el corte de la caña, la fermentación en barriles y el destilado con alambique especializado. El lugar está bien ambientado y apto para el recibimiento de turistas.</p>
<b>20.</b> AGROSAT GUALIVÁ SAT	<b>X</b>		
<b>21.</b> CERVECERÍA DORADA		<b>X</b>	<p>El actor destaca por su producto al tener dos variedades de cerveza artesanal derivada de las mieles paneleras. Karurra y Montenegro. Enseña la experiencia de la producción de la cerveza y los tipos de sabores de cada cerveza. Adicional, realiza un madraje de sabores con una selección de aperitivos para resaltar los sabores de cada cerveza.</p>
<b>22.</b> TRAPICHE LOS ABUELOS		<b>X</b>	<p>El actor ofrece una experiencia al vincular el turismo con la producción de panela. Cuentan la historia mientras recorren la hacienda. Visitan los cultivos de caña durante una caminata ecológica, desde que se siembra la caña hasta que se lleva en mulas a la enramada para dar inicio a la molienda, la cual consideran como una fiesta para los campesinos. Las actividades que ofrecen incluyen llevar al turista a realizar una panelita, una melcocha, un dulce y diferentes formas de panela. Además, lo llevan a una cocina de leña para que pruebe la</p>

gastronomía típica de la región.

### **Valoración de los actores con potencial de integrarse a la ruta en la Provincia de Gualivá**

La siguiente tabla sintetiza la valoración numérica que los actores caracterizados obtuvieron en las diferentes dimensiones de análisis. Los actores calificados con 90 o más puntos, son los que integrarán la siguiente fase de diseño de la ruta:

Tabla 53. Valoración de los actores - Provincia de Gualivá

<b>Actores</b>	<b>Perfil y Formalidad</b>	<b>Ubicación y accesibilidad</b>	<b>Servicios turísticos</b>	<b>Servicios complementarios</b>	<b>Asociación con prestadores</b>	<b>Estética, infraestructura y señalética</b>	<b>Sostenibilidad</b>	<b>Inclusión</b>	<b>Uso de tics</b>	<b>Bilingüismo</b>	<b>Experiencia turística potencial</b>	<b>TOTAL</b>
<b>1. MAS ARRIBA LICOR ARTESAN</b>	7,0	9,3	8,5	8,5	8	9,0	9,5	8	8,5	10,0	10	<b>96,3</b>
<b>2. TORTINILLO: TORTAS DE PANTANILLO</b>	8,0	10,0	9,5	8,5	9,5	8,7	7,5	8	9,0	8,7	10	<b>97,4</b>
<b>3. LICOR SABAFE</b>	6,7	10,0	8	8	8	7,5	8	8	8,3	8,0	10	<b>90,5</b>
<b>4. EL RON DE DOÑA ELSA</b>	7,0	8,0	8,5	8	8	6,9	7,5	8	8,0	8,0	0	<b>77,9</b>
<b>5. DON MARIO VANEGAS</b>	7,3	8,0	8	8	8	6,9	7,5	8	8,0	8,0	0	<b>77,7</b>
<b>6. LAS CHIRRINCHERAS DE TIERRA AMARILLA</b>	7,3	8,0	8	8	8	7,9	8	8	8,0	8,0		<b>79,2</b>
<b>7. LICORES DONDE CHABELA</b>	7,0	8,0	8	8	8	6,9	7,5	8	8,0	8,0	0	<b>77,4</b>
<b>8. ASOCIACIÓN DE PANELEROS DEL MUNICIPIO LA VEGA</b>	8,7	8,7	8	8	8	7,9	7,5	8	8,5	8,0	0	<b>81,3</b>
<b>9. TRAPICHE DON RAFAEL</b>	7,3	10,0	8	8,5	8	7,5	8,5	8	8,3	8,0	10	<b>92,1</b>
<b>10. DUCERIA SAN VICENTE</b>	8,7	8,7	8	8	8	7,9	7,5	8	8,5	8,0	0	<b>81,3</b>

<b>11.</b> AGUARDIENTE Y RON SANTA MATILDE	7,3	9,3	8	8,5	10	7,9	9	8	9,3	8,0	10	<b>95,3</b>
<b>12.</b> ASOPROPANO C	8,0	9,3	9	8,5	8	9,9	9	10	9,3	9,3	10	<b>100,3</b>
<b>13.</b> RON Y AGUARDIENTE DE SUSANA	7,3	8,0	8	8	8	6,9	8,5	8	8,0	8,0	0	<b>78,7</b>
<b>14.</b> LOS DULCES DE DOÑA ANGÉLICA	7,3	10,0	8	8	8	7,9	7,5	8	8,0	8,0	10	<b>90,7</b>
<b>15.</b> EL FOGON DE LA ABUELITA	7,7	10,0	9	8	10	8,5	9,5	8	8,3	8,0	10	<b>97</b>
<b>16.</b> AIMA PANELA	9,0	10,0	9,5	9	10	10,0	8	10	10,0	8,0	10	<b>103,5</b>
<b>17.</b> INVERSIONES DON PEDRO COL SAS	8,7	10,0	10	8	10	7,7	8,5	8	10,0	9,3	10	<b>100,2</b>
<b>18.</b> ASOTRAPICHE S	8,3	8,7	10	8,5	10	6,9	9	10	8,3	8,0	0	<b>87,7</b>
<b>19.</b> LICORES DON AUGUSTO	6,7	8,0	8,5	8,5	8	8,5	8	8	8,5	8,0	10	<b>90,7</b>
<b>20.</b> AGROSAT GUALIVÁ SAT	7,7	8,7	9,5	9	10	9,1	10	8	9,8	8,0	0	<b>89,8</b>
<b>21.</b> LICORES DON AUGUSTO	8,0	10,0	8	9	8	9,9	9	8	9,0	8,0	10	<b>96,9</b>
<b>22.</b> AGROSAT GUALIVÁ SAT	8,7	8,0	9,5	8,5	10	8,5	7,5	8	8,3	8,0	10	<b>95</b>



## Ricaurte

### Contexto

Ricaurte (Nariño), se encuentra ubicado por la vía principal hacia Tumaco, es un puente de descanso y un municipio caracterizado por su producción panelera y sus grandes extensiones de cultivos de caña de azúcar. El municipio conserva las tradiciones indígenas y promueve su salvaguarda. La producción del Chapil como bebida tradicional es relacionada directamente con antiguos conocimientos indígenas.

Posteriormente, las enseñanzas sobre esta bebida tradicional fueron transmitidas a los campesinos, los que ahora cultivan grandes extensiones de caña de azúcar panelera y producen de manera artesanal en alambiques la bebida tradicional, usando los jugos de la caña de azúcar panelera fermentados y destilados.

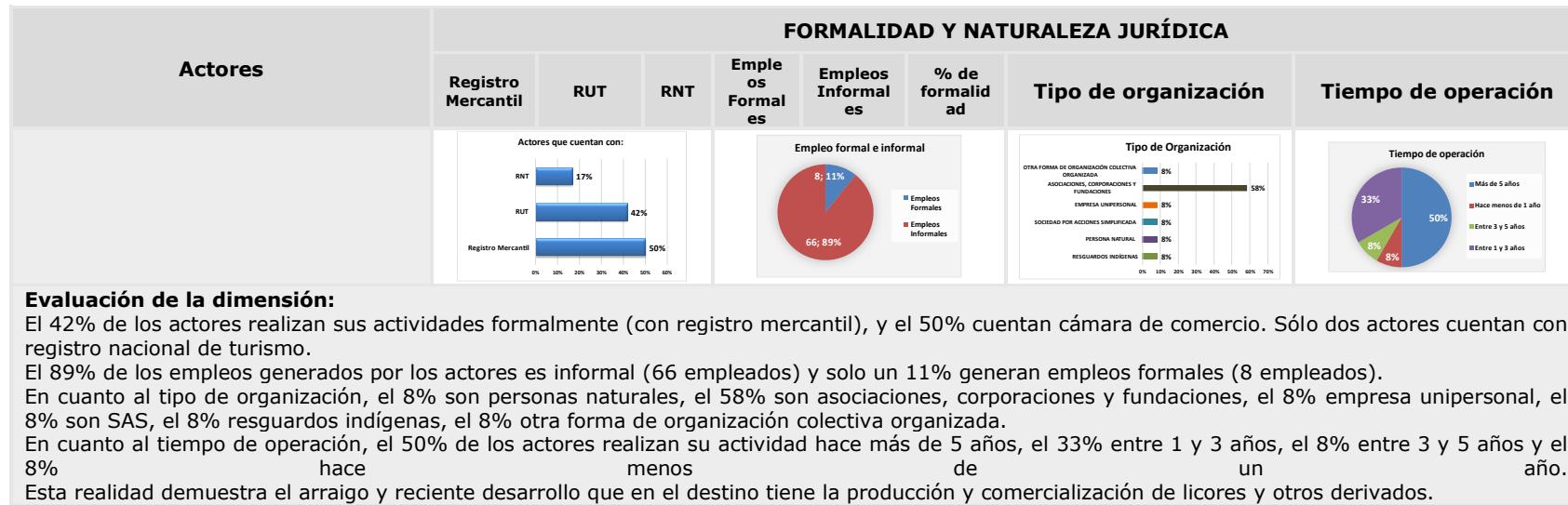
La tierra del municipio es fértil y permite la plantación de gran variedad de caña de azúcar panelera. Por tal motivo, el Chapil producido en cada finca o incluso en los resguardos indígenas presenta notas de sabor y cuerpo diferentes.



## Perfil organizacional y formalización.

Tabla 54. Perfil organizacional y formalización - Ricaurte

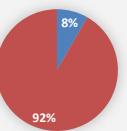
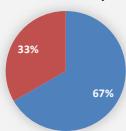
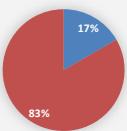
Actores	FORMALIDAD Y NATURALEZA JURÍDICA							
	Registro Mercantil	RUT	RNT	Empleos Formales	Empleos Informales	% de formalidad	Tipo de organización	Tiempo de operación
1. TRAPICHE SAN ISIDRO	No	No	No		4	0%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	ENTRE 1 Y 3 AÑOS
2. AIDA EUGENIA MADROÑERO BETANCUR	No	No	No		5	0%	PERSONA NATURAL	MÁS DE 5 AÑOS
3. CHAPILSHOTS	Si	Si	No		4	0%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	ENTRE 1 Y 3 AÑOS
4. BEBIDAS ANCESTRALES EMPÍRICAS	No	No	No		9	0%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	MÁS DE 5 AÑOS
5. TRAPICHE CAÑAVERAL	No	No	No		10	0%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	MÁS DE 5 AÑOS
6. RESERVA NATURAL LA PLANADA - RESGUARDO PIALAPI PUEBLO VIEJO	Si	Si	Si	3		100%	RESGUARDOS INDÍGENAS	MÁS DE 5 AÑOS
7. VEREDA HOPS BEERS	Si	Si	No	3		100%	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	ENTRE 1 Y 3 AÑOS
8. TRAPICHES LOS CHAMIZOS	No	No	No		12	0%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	MÁS DE 5 AÑOS
9. CORPORACIÓN RESERVA EL BOSQUE CASA DE TUCAN	Si	Si	Si		2	0%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	MÁS DE 5 AÑOS
10. NATALIA PASUI VASQUEZ - LICOR OJOS BRUJOS	Si	No	No	0	10	0%	EMPRESA UNIPERSONAL	HACE MENOS DE 1 AÑO
11. DESTILERÍA ARTESANAL JAGUAR	Si	Si	No	0	5	0%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	ENTRE 3 Y 5 AÑOS
12. ANCESTRALES, BEBIDAS TÍPICAS	No	No	No	2	5	29%	OTRA FORMA DE ORGANIZACIÓN COLECTIVA ORGANIZADA	ENTRE 1 Y 3 AÑOS



## Ubicación y accesibilidad.

Tabla 55. Ubicación y accesibilidad - Ricaurte

Actor	Zona			Distancia		Accesibilidad	
	Urbana	Rural	<5 km	>5km a <10 km	>10km	Estado de las vías	Disponibilidad de transporte
1. TRAPICHE SAN ISIDRO		x	x			Regular	Público - Privado
2. AIDA EUGENIA MADROÑERO BETANCUR		x		x		Regular	Público - Privado
3. CHAPILSHOTS	x		x			Regular	Público - Privado
4. BEBIDAS ANCESTRALES EMPÍRICAS		x	x			Regular	Público - Privado
5. TRAPICHE CAÑAVERAL		x	x			Regular	Público - Privado
6. RESERVA NATURAL LA PLANADA - RESGUARDO PIALAPI PUEBLO		x		x		Regular	Privado

Actor	Zona		Distancia			Accesibilidad		Disponibilidad de transporte
	Urbana	Rural	<5 km	>5km a <10 km	>10km	Estado de las vías		
VIEJO								
7. VEREDA HOPS BEERS		x	x			Regular	Público - Privado	
8. TRAPICHES LOS CHAMIZOS		x	x			Regular	Público - Privado	
9. CORPORACIÓN RESERVA EL BOSQUE CASA DE TUCAN		x		x		Regular	Privado	
10. NATALIA PASUI VASQUEZ - LICOR OJOS BRUJOS		x	x			Regular	Público - Privado	
11. DESTILERÍA ARTESANAL JAGUAR		x	x			Regular	Público - Privado	
12. ANCESTRALES, BEBIDAS TÍPICAS		x		x		Regular	Público - Privado	
								

#### Evaluación de la dimensión.

El 92% de los actores se encuentran en **zonas rurales**, frente a un 8% que se encuentra en la zona urbana.

El 67% de los actores se encuentran a **menos de 5km** del parque principal del municipio, y un 33% se encuentran **entre 5 y 10km** de distancia. La distancia es un criterio fundamental para articular la ruta turística, por lo que los que se ubican a más de 10km se les otorgó un menor puntaje.

El 100% de las vías de acceso **hacia los actores caracterizados** se encuentran en una **condición regular**.

Finalmente, se identificó la disponibilidad de transporte (público / privado) hacia el punto donde se encuentra ubicado el actor caracterizado, dando como resultado el 17% de los actores se puede acceder con transporte **privado** y el 83% con transporte **público - privado**.

## Productos y servicios

Tabla 56. Productos y servicios - Ricaurte

Actores	Productos y servicios asociados a la temática de la ruta				
	Capacidad de producción		Productos		
	Licores y fermentados (litros x día)	Dulces y otros (kilos x día)	Licores	Dulces	Otro
1. TRAPICHE SAN ISIDRO	10,7		x		x

Actores	Productos y servicios asociados a la temática de la ruta				
	Capacidad de producción		Productos		
	Licores y fermentados (litros x día)	Dulces y otros (kilos x día)	Licores	Dulces	Otro
2. AIDA EUGENIA MADROÑERO BETANCUR	2,1		x		x
3. CHAPILSHOTS	3,3		x		
4. BEBIDAS ANCESTRALES EMPÍRICAS	2,3		x		
5. TRAPICHE CAÑAVERAL		285,7			x
6. RESERVA NATURAL LA PLANADA - RESGUARDO PIALAPI PUEBLO VIEJO	5,6		x		x
7. VEREDA HOPS BEERS	5,6		x		x
8. TRAPICHES LOS CHAMIZOS	64,3		x		
9. CORPORACIÓN RESERVA EL BOSQUE CASA DE TUCAN	Desconoce		x		x
10. NATALIA PASUI VASQUEZ - LICOR OJOS BRUJOS	6,7		x		x
11. DESTILERÍA ARTESANAL JAGUAR	14,3		x		
12. ANCESTRALES, BEBIDAS TÍPICAS	4,3				x

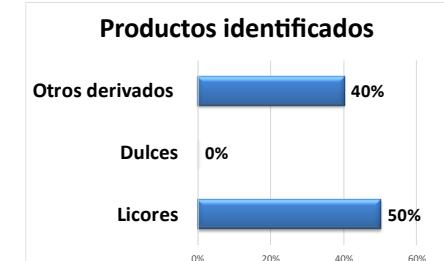
**Evaluación de la dimensión:**  
La producción de licores artesanales y bebidas fermentadas de los actores caracterizados es de **119 litros al día**, por lo que todos son productores "artesanales", de acuerdo con la Resolución No. 247 de 2021 del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.  
La producción de dulces y otros derivados del conjunto de los actores es de 286 kilos diarios.  
Los licores y fermentados que se producen en Ricaurte, son **destilados** por medio de un proceso artesanal y son derivados del guarapo (jugo de caña) y mieles paneleras.  
El 50% de los actores produce algún tipo de licor o bebida fermentada, y un 40% otros derivados (panela o panela pulverizada).

**Capacidad de producción diaria**



Dulces y otros derivados	286
Licores y fermentados	119

**Productos identificados**



Otros derivados	40%
Dulces	0%
Licores	50%



## Capacidad de prestación de servicios turísticos.

Tabla 57. Capacidad de prestar servicios turísticos - Ricaurte

Actores	Servicios turísticos									
	Alojamiento / Hospedaje	Alimentos / Bebidas	Agencias de viajes	Guianza u orientación turística	Transporte terrestre automotor	Parques temáticos, agroturísticos	Oficinas de representación turística	Unidades productivas	Experiencias de naturaleza o culturales	Presta otro servicio turístico
1. TRAPICHE SAN ISIDRO										
2. AIDA EUGENIA MADROÑERO BETANCUR										
3. CHAPILSHOTS										
4. BEBIDAS ANCESTRALES EMPÍRICAS		Si								
5. TRAPICHE CAÑAVERAL		Si		Si						
6. RESERVA NATURAL LA PLANADA - RESGUARDO PIALAPI PUEBLO VIEJO	Si	Si	Si	Si					Si	
7. VEREDA HOPS BEERS										
8. TRAPICHES LOS CHAMIZOS		Si								
9. CORPORACIÓN RESERVA EL BOSQUE CASA DE TUCAN	Si	Si		Si		Si		Si	Si	
10. NATALIA PASUI VASQUEZ - LICOR OJOS BRUJOS				Si						Si
11. DESTILERÍA ARTESANAL JAGUAR								Si	Si	
12. ANCESTRALES, BEBIDAS TÍPICAS	Si	Si		Si						



Actores	Servicios turísticos																															
	Alojamiento / Hostería	Alimentos / Bebidas	Agencias de viajes	Guianza u orientación turística	Transporte terrestre automotor	Parques temáticos, agroturísticos	Oficinas de representación turística	Unidades productivas	Experiencias de naturaleza o culturales	Presta otro servicio turístico																						
<b>Análisis conjunto</b> El 42% de los actores realizan sus actividades formalmente (con registro mercantil), y el 50% cuentan cámara de comercio. Sólo dos actores cuentan con registro nacional de turismo. En cuanto a los servicios que prestan, son: 50% alimentos / bebidas, 25% alojamiento / hospedaje, 41,7% guianza u orientación turística, 8,3% parques temáticos o agroturísticos, 8,3% agencias de viajes, 25% experiencias de naturaleza o culturales, 16,7 unidades productivas, 8,3% presta otro servicio turístico. Ninguno presta servicios de transporte u oficinas de representación turística.	<p style="text-align: center;"><b>Servicios turísticos prestados por los actores</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Servicio</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Presta otro servicio turístico</td> <td>8,3%</td> </tr> <tr> <td>Experiencias de naturaleza o culturales</td> <td>25,0%</td> </tr> <tr> <td>Unidades productivas</td> <td>16,7%</td> </tr> <tr> <td>Oficinas de representación turística</td> <td>0,0%</td> </tr> <tr> <td>Parques temáticos agroturísticos</td> <td>8,3%</td> </tr> <tr> <td>Transporte terrestre automotor</td> <td>0,0%</td> </tr> <tr> <td>Guianza u orientación turística</td> <td>41,7%</td> </tr> <tr> <td>Agencias de viajes</td> <td>8,3%</td> </tr> <tr> <td>Alimentos / Bebidas</td> <td>50,0%</td> </tr> <tr> <td>Alojamiento / Hostería</td> <td>25,0%</td> </tr> </tbody> </table>										Servicio	Porcentaje	Presta otro servicio turístico	8,3%	Experiencias de naturaleza o culturales	25,0%	Unidades productivas	16,7%	Oficinas de representación turística	0,0%	Parques temáticos agroturísticos	8,3%	Transporte terrestre automotor	0,0%	Guianza u orientación turística	41,7%	Agencias de viajes	8,3%	Alimentos / Bebidas	50,0%	Alojamiento / Hostería	25,0%
Servicio	Porcentaje																															
Presta otro servicio turístico	8,3%																															
Experiencias de naturaleza o culturales	25,0%																															
Unidades productivas	16,7%																															
Oficinas de representación turística	0,0%																															
Parques temáticos agroturísticos	8,3%																															
Transporte terrestre automotor	0,0%																															
Guianza u orientación turística	41,7%																															
Agencias de viajes	8,3%																															
Alimentos / Bebidas	50,0%																															
Alojamiento / Hostería	25,0%																															



## Capacidad de prestación de servicios complementarios.

Tabla 58. Capacidad de prestar servicios complementarios - Ricaurte

<b>Actores</b>	<b>Escuela s y/o talleres de música, danza, teatro</b>	<b>Teatro, auditorio, sala de conciertos</b>	<b>Salones de exposición y/o taller de artes plásticas</b>	<b>Artes circenses</b>	<b>Tienda y/o taller de artesanías o artes decorativas</b>	<b>Agricultura tradicional</b>	<b>Portador (manifestador) de patrimonio cultural inmaterial</b>	<b>Centros culturales</b>	<b>Discoteca, bar, casinos, bingos</b>	<b>Mercados tradicionales</b>	<b>Escenarios para la práctica de deportes tradicionales</b>	<b>Otro servicio cultural o asociado</b>
1. TRAPICHE SAN ISIDRO												
2. AIDA EUGENIA MADROÑERO BETANCUR												
3. CHAPILSHOTS												
4. BEBIDAS ANCESTRALES EMPÍRICAS												
5. TRAPICHE CAÑAVERAL												
6. RESERVA NATURAL LA PLANADA - RESGUARDO PIALAPI PUEBLO VIEJO	Si	Si	Si		Si	Si	Si	Si				
7. VEREDA HOPS BEERS	Si				Si							Si
8. TRAPICHES LOS CHAMIZOS												
9. CORPORACIÓN RESERVA EL BOSQUE CASA DE TUCAN							Si				Si	
10. NATALIA PASUI VASQUEZ - LICOR OJOS												Si

BRUJOS											
<b>11. DESTILERÍA ARTESANAL JAGUAR</b>											Si
<b>12. ANCESTRALES, BEBIDAS TÍPICAS</b>			Si	Si							
<b>Análisis conjunto</b>	Los actores prestan servicios complementarios, así: 17% agricultura tradicional; el 17% escuelas y/o talleres de música, danza, teatro; el 17% prestan otros servicios culturales o asociados; el 25% tienda y/o taller de artesanías o artes decorativas; el 25% es manifestador de patrimonio cultural inmaterial; el 8% cuentan con teatro, auditorio y sala de conciertos; el 8% salones de exposición y/o taller de artes plásticas; el 8% centros										



culturales y 8% escenarios para la práctica de deportes tradicionales.

No ofrecen servicios ligados a mercados tradicionales, discotecas, bares, casinos bingos, artes circenses y mercados tradicionales.

### Asociación comercial con otros proveedores de servicios turísticos

Tabla 59. Asociación comercial servicios turísticos - Ricaurte

Actores	Servicios Asociados Comercialmente									
	Alojamiento	Restaurant e / Cafeterías	Guías profesionales, Baquianos interpretes locales	Agencias de viajes	Servicio de transporte	Proveedor s de experienci as de naturaleza o culturales	Servicio s cultural es y asociad os	Deportes extremos (Turismo de aventura)	Unidades productiva s	Oficinas de represen tación turística
1. TRAPICHE SAN ISIDRO										
2. AIDA EUGENIA MADROÑERO BETANCUR										
3. CHAPILSHOTS										
4. BEBIDAS ANCESTRALES EMPÍRICAS										
5. TRAPICHE CAÑAVERAL										Si
6. RESERVA NATURAL LA PLANADA - RESGUARDO PIALAPI PUEBLO VIEJO				Si	Si					
7. VEREDA HOPS BEERS	Si	Si	Si							
8. TRAPICHES LOS CHAMIZOS		Si								
9. CORPORACIÓN RESERVA EL BOSQUE CASA DE TUCAN										
10. NATALIA PASUI VASQUEZ - LICOR OJOS										Si

Actores	Servicios Asociados Comercialmente																																		
	Alojamiento	Restaurant e / Cafeterías	Guías profesionales, Baquianos intérpretes locales	Agencias de viajes	Servicio de transporte	Proveedores de experiencias de naturaleza o culturales	Servicios culturales y asociados	Deportes extremos (Turismo de aventura)	Unidades productivas	Oficinas de representación turística	Cultivadores de caña																								
BRUJOS																																			
11. DESTILERÍA ARTESANAL JAGUAR		Si									Si																								
12. ANCESTRALES, BEBIDAS TÍPICAS	Si	Si							Si		Si																								
<b>Análisis conjunto</b>	<p style="text-align: center;"><b>Servicios asociados comercialmente</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Servicio</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cultivadores de caña</td> <td>33%</td> </tr> <tr> <td>Oficinas de representación turística</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Unidades productivas</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>Deportes extremos (Turismo de aventura)</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Servicios culturales y asociados</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Proveedores de experiencias de naturaleza o culturales</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Servicio de transporte</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>Agencias de viajes</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Guias profesionales, Baquianos intérpretes locales</td> <td>17%</td> </tr> <tr> <td>Restaurante / Cafeterías</td> <td>33%</td> </tr> <tr> <td>Alojamiento</td> <td>17%</td> </tr> </tbody> </table>											Servicio	Porcentaje	Cultivadores de caña	33%	Oficinas de representación turística	0%	Unidades productivas	8%	Deportes extremos (Turismo de aventura)	0%	Servicios culturales y asociados	0%	Proveedores de experiencias de naturaleza o culturales	0%	Servicio de transporte	8%	Agencias de viajes	0%	Guias profesionales, Baquianos intérpretes locales	17%	Restaurante / Cafeterías	33%	Alojamiento	17%
Servicio	Porcentaje																																		
Cultivadores de caña	33%																																		
Oficinas de representación turística	0%																																		
Unidades productivas	8%																																		
Deportes extremos (Turismo de aventura)	0%																																		
Servicios culturales y asociados	0%																																		
Proveedores de experiencias de naturaleza o culturales	0%																																		
Servicio de transporte	8%																																		
Agencias de viajes	0%																																		
Guias profesionales, Baquianos intérpretes locales	17%																																		
Restaurante / Cafeterías	33%																																		
Alojamiento	17%																																		
El 33% con, cultivadores de caña; el 33% de los actores están asociado comercialmente con restaurantes / cafeterías; el 17% con alojamientos; el 8% con otras unidades productivas; el 8% servicios de transporte; el 17% con guías profesionales, baquianos o intérpretes. Finalmente, no se evidencia una asociación comercial con las empresas de actividades de turismo de aventura y agencias de viajes, con experiencias de naturaleza o culturales, con oficinas de representación turística, con servicios culturales y con agencias de viajes.																																			
El grado de asociatividad comercial de los actores es medianamente alto.																																			

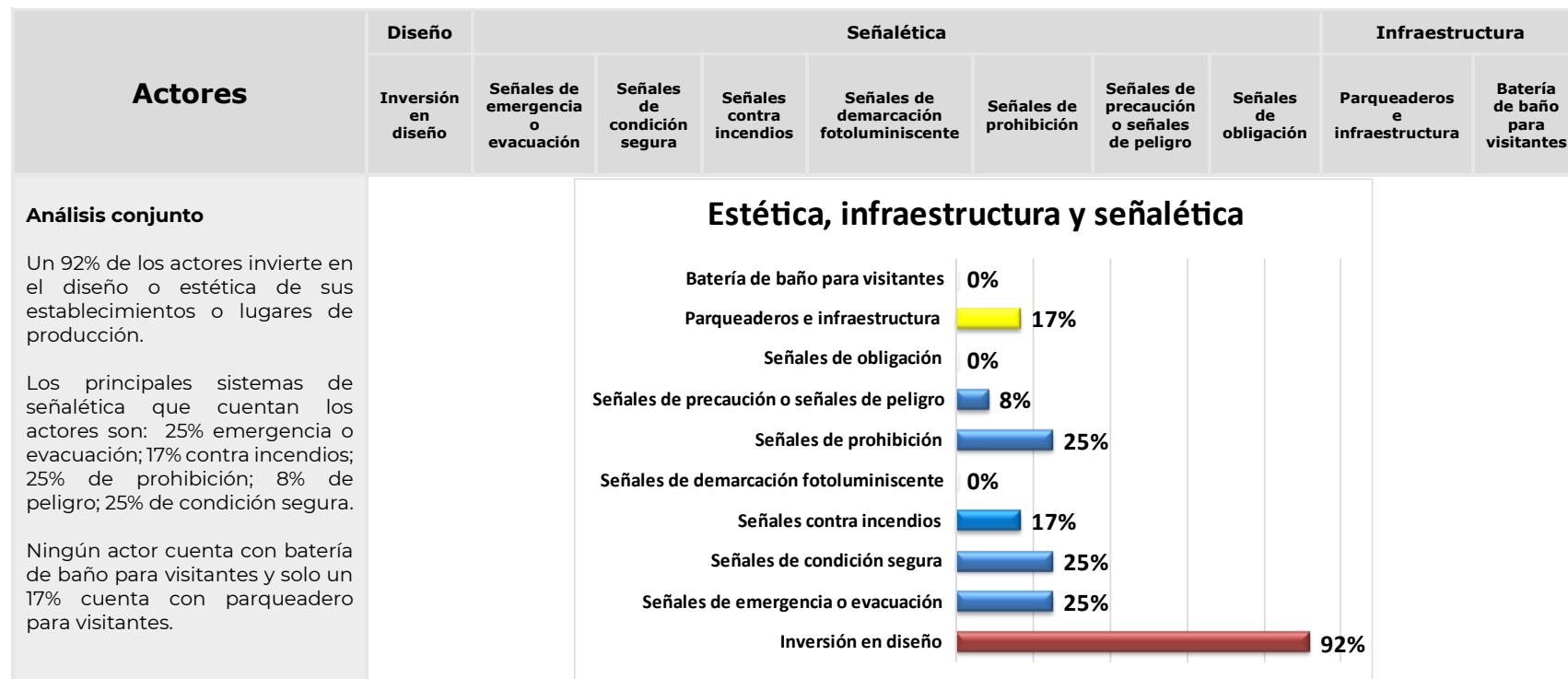


## Estética, infraestructura y señalética

Tabla 60. Estética, infraestructura y señalética - Ricaurte

Actores	Diseño	Señalética							Infraestructura	
		Inversión en diseño	Señales de emergencia o evacuación	Señales de condición segura	Señales contra incendios	Señales de demarcación fotoluminiscente	Señales de prohibición	Señales de precaución o señales de peligro	Señales de obligación	Parqueaderos e infraestructura
1. TRAPICHE SAN ISIDRO	Si									
2. AIDA EUGENIA MADROÑERO BETANCUR	Si									
3. CHAPILSHOTS	No									
4. BEBIDAS ANCESTRALES EMPÍRICAS	Si									
5. TRAPICHE CAÑAVERAL	Si									
6. RESERVA NATURAL LA PLANADA - RESGUARDO PIALAPI PUEBLO VIEJO	Si	Si	Si	Si	Si		Si			
7. VEREDA HOPS BEERS	Si	Si	Si	Si			Si			
8. TRAPICHES LOS CHAMIZOS	Si									
9. CORPORACIÓN RESERVA EL BOSQUE CASA DE TUCAN	Si		Si					Si		Si
10. NATALIA PASUI VASQUEZ - LICOR OJOS BRUJOS	Si									
11. DESTILERÍA ARTESANAL JAGUAR	Si	Si					Si			
12. ANCESTRALES, BEBIDAS TÍPICAS	Si									Si





## Sostenibilidad

Tabla 61. Sostenibilidad - Ricaurte

Actores	Herramientas de sostenibilidad				
	Uso de energías limpias	Gestión sostenible de residuos sólidos y líquidos	Gestión sostenible de emisión de gases.	Gestión sostenible del consumo de agua	Gestión sostenible del consumo de energía
1. TRAPICHE SAN ISIDRO		Si			
2. AIDA EUGENIA MADROÑERO BETANCUR		Si			

<b>3.</b> CHAPILSHOTS		Si			Si
<b>4.</b> BEBIDAS ANCESTRALES EMPÍRICAS		Si			
<b>5.</b> TRAPICHE CAÑAVERAL					
<b>6.</b> RESERVA NATURAL LA PLANADA - RESGUARDO PIALAPI PUEBLO VIEJO		Si			
<b>7.</b> VEREDA HOPS BEERS					
<b>8.</b> TRAPICHES LOS CHAMIZOS				Si	Si
<b>9.</b> CORPORACIÓN RESERVA EL BOSQUE CASA DE TUCAN	Si	Si		Si	
<b>10.</b> NATALIA PASUI VASQUEZ - LICOR OJOS BRUJOS		Si			
<b>11.</b> DESTILERÍA ARTESANAL JAGUAR					Si
<b>12.</b> ANCESTRALES, BEBIDAS TÍPICAS		Si		Si	

**Análisis conjunto**  
 En cuanto a implementación de sostenibilidad en los procesos se distribuyen de la siguiente forma:  
 Un 67% de los actores implementan herramientas de gestión sostenible de residuos sólidos y líquidos.  
 Un 25%, hacen gestión sostenible del consumo de agua.  
 Un 25%, hacen gestión sostenible del consumo de energía.  
 Un 8%, hacen gestión de uso de energías limpias.  
 Ninguno hace una gestión sostenible de emisión de gases.

### Herramientas de sostenibilidad

Gestión sostenible del consumo de energía	25%
Gestión sostenible del consumo de agua	25%
Gestión sostenible de emisión de gases	0%
Gestión sostenible de residuos sólidos y líquidos	67%
Uso de energías limpias	8%

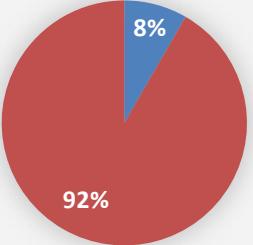


## Inclusión

Tabla 62. Inclusión - Ricaurte

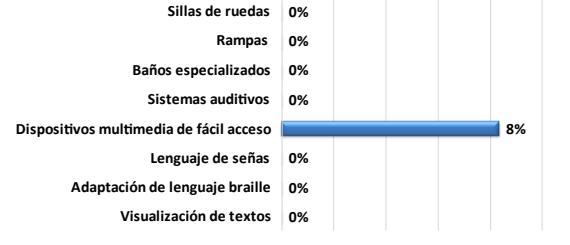
Actores	Herramientas de inclusión		Herramienta							
	No	Si	Visualización de textos	Adaptación de lenguaje braille	Lenguaje de señas	Dispositivos multimedia de fácil acceso	Sistemas auditivos	Baños especializados	Rampas	Sillas de ruedas
1. TRAPICHE SAN ISIDRO	No									
2. AIDA EUGENIA MADROÑERO BETANCUR	No									
3. CHAPILSHOTS	No									
4. BEBIDAS ANCESTRALES EMPÍRICAS	No									
5. TRAPICHE CAÑAVERAL	No									
6. RESERVA NATURAL LA PLANADA - RESGUARDO PIALAPI PUEBLO VIEJO		Si				Si				
7. VEREDA HOPS BEERS	No									
8. TRAPICHES LOS CHAMIZOS	No									
9. CORPORACIÓN RESERVA EL BOSQUE CASA DE TUCAN	No									
10. NATALIA PASUI VASQUEZ - LICOR OJOS BRUJOS	No									
11. DESTILERÍA ARTESANAL JAGUAR	No									
12. ANCESTRALES, BEBIDAS TÍPICAS	No									

**Herramientas de inclusión**



Si	8%
No	92%

**Herramientas de inclusión**



Sillas de ruedas	0%
Rampas	0%
Baños especializados	0%
Sistemas auditivos	0%
Dispositivos multimedia de fácil acceso	8%
Lenguaje de señas	0%
Adaptación de lenguaje braille	0%
Visualización de textos	0%

**Análisis conjunto**

Solo un 8% de los actores cuenta con alguna herramienta de inclusión: dispositivos multimedia de fácil acceso. Un 92% de los actores no implementan

herramientas de inclusión.

### Uso de Tics

Tabla 63. Uso de Tics - Ricaurte

Actores	Tienda online	Medios de Pago				
		Efectivo	Transferencia electrónica	Tarjeta crédito o débito (datafono)	Transferencia QR	Divisas Extranjeras
1. TRAPICHE SAN ISIDRO	No	Si				
2. AIDA EUGENIA MADROÑERO BETANCUR	Si	Si	Si			
3. CHAPILSHOTS	Si		Si			
4. BEBIDAS ANCESTRALES EMPÍRICAS	No	Si	Si			
5. TRAPICHE CAÑAVERAL	No	Si				
6. RESERVA NATURAL LA PLANADA - RESGUARDO PIALAPI PUEBLO VIEJO	Si	Si	Si			
7. VEREDA HOPS BEERS	Si	Si	Si			
8. TRAPICHES LOS CHAMIZOS	No	Si				
9. CORPORACIÓN RESERVA EL BOSQUE CASA DE TUCAN	Si	Si	Si			Si
10. NATALIA PASUI VASQUEZ - LICOR OJOS BRUJOS	Si	Si	Si		Si	
11. DESTILERÍA ARTESANAL JAGUAR	Si	Si	Si			
12. ANCESTRALES, BEBIDAS TÍPICAS	Si	Si	Si			

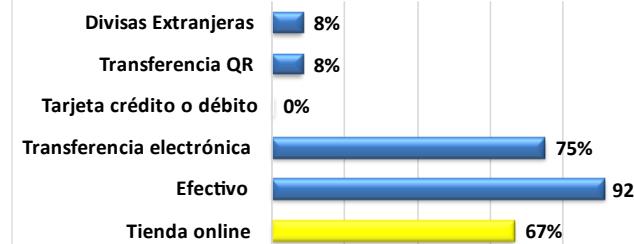
**Análisis conjunto**

El 67% de los actores cuenta con una tienda online.

Los medios de pago aceptados por los actores son: el 92% efectivo; el 75% transferencias electrónicas; el 8% cuentan con código QR para transferencias; el 8% recibe divisas extranjeras.

Ningún actor recibe pagos mediante tarjetas de crédito o débito

**Comercialización**



Divisas Extranjeras	8%
Transferencia QR	8%
Tarjeta crédito o débito	0%
Transferencia electrónica	75%
Efectivo	92%
Tienda online	67%

## Bilingüismo

Tabla 64. Bilingüismo - Ricaurte

Actores	Señalética en segundo idioma	Idioma de señalética	# empleados bilingües	Información de productos y servicios en un segundo idioma
1. TRAPICHE SAN ISIDRO	No			No
2. AIDA EUGENIA MADROÑERO BETANCUR	No			No
3. CHAPILSHOTS	No		1	No
4. BEBIDAS ANCESTRALES EMPÍRICAS	No		1	No
5. TRAPICHE CAÑAVERAL	No			No
6. RESERVA NATURAL LA PLANADA - RESGUARDO PIALAPI PUEBLO VIEJO	Si	INGLÉS, AWAPIT		Si
7. VEREDA HOPS BEERS	No			No
8. TRAPICHES LOS CHAMIZOS	No			No
9. CORPORACIÓN RESERVA EL BOSQUE CASA DE TUCAN	No			No
10. NATALIA PASUI VASQUEZ - LICOR OJOS BRUJOS	No		2	No
11. DESTILERÍA ARTESANAL JAGUAR	No			No
12. ANCESTRALES, BEBIDAS TÍPICAS	No		1	Si

**Análisis conjunto**

El 92% de los actores no cuenta con señalética en un segundo idioma.

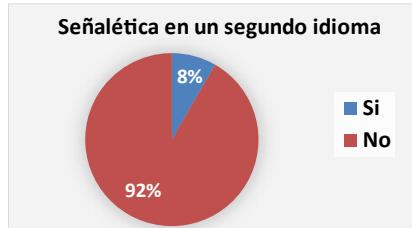
El 93% de los actores no cuenta con información de sus productos en un segundo idioma.

Sólo 4 actores cuentan con personal que domine un segundo idioma (inglés).

Sólo 2 actores cuentan con información de productos y servicios en un segundo idioma.

Sólo 1 actor cuenta con señalética en otro idioma (inglés - indígena).

**Señalética en un segundo idioma**



Si	8%
No	92%

**Información en un segundo idioma**



Si	17%
No	83%

## Experiencia turística potencial

Tabla 65. Experiencia turística potencial - Ricaurte

Actores	¿Su actividad es una experiencia turística?		Experiencia potencial a vincular
	No	Si	
1. TRAPICHE SAN ISIDRO	x		
2. AIDA EUGENIA MADROÑERO BETANCUR	x		
3. CHAPILSHOTS		x	Punto de Comercialización de Chapil ubicado a una cuadra del parque principal de Ricaurte, cuenta con una gran variedad de productos y podría realizarse una cata de diferentes tipos de bebidas elaboradas con Chapil.
4. BEBIDAS ANCESTRALES EMPÍRICAS		x	Cata de bebidas ancestrales (Chapil, Vinetes, Whisky) y posible recorrido por los senderos de la propiedad que incluye diferentes plantaciones de arbóreas típicas de la región.
5. TRAPICHE CAÑAVERAL		x	El actor destaca por ser hasta el momento el único productor de panela pulverizada y de panela cuadrada en sus diferentes presentaciones, en el lugar se puede realizar el aprendizaje sobre el proceso de elaboración de la panela y ver en primera instancia como se produce la panela pulverizada.
6. RESERVA NATURAL LA PLANADA - RESGUARDO PIALAPI PUEBLO VIEJO		x	Principal atractivo turístico del municipio de Ricaurte cuenta con instalaciones apropiadas para traer turistas, la reserva se encuentra ubicada en el resguardo Pialapi.  Prestan servicios de alojamiento, restaurante, guianza turística, funcionan como operador turístico, museo, etc.  El actual administrador indica su interés e indica la posibilidad de realizar visitas hasta el resguardo y realizar la toma de chapil como una experiencia ancestral en conjunto con las

			comunidades indígenas y realizar recorridos por la reserva la planada.
7. VEREDA HOPS BEERS	x		
8. TRAPICHES LOS CHAMIZOS		x	Principal productor de Chapil del municipio de Ricaurte ubicado más abajo del trapiche cañaveral, en el lugar se puede observar la destilación del Chapil en un alambique artesanal al aire libre.  En el lugar se encuentra disponible la oferta de restaurante los domingos en donde sirven comida tradicional del pacífico nariñense de Colombia, el actor menciona la posibilidad de abrir el restaurante otros días (como por ejemplo el día en que el trapiche está funcionando y están produciendo el chapil)
9. CORPORACIÓN RESERVA EL BOSQUE CASA DE TUCAN		x	El lugar se encuentra en la vereda San Isidro, lugar de recuperación desde los años 70s, Santuario de flora y fauna del municipio, cuenta con Servicios de alojamiento, restaurante y guianza por senderos ecológicos.  Producen Chapil, Vinete, Mistela, y dulcería. Que ofrecen a los turistas que llegan al lugar. También ofrecen gastronomía típica del municipio y de la región.
10. NATALIA PASUI VASQUEZ - LICOR OJOS BRUJOS	x		
11. DESTILERÍA ARTESANAL JAGUAR	x		
12. ANCESTRALES, BEBIDAS TÍPICAS	x		

#### **Valoración de los actores con potencial de integrarse a la ruta en Ricaurte**

La siguiente tabla sintetiza la valoración numérica que los actores caracterizados obtuvieron en las diferentes dimensiones de análisis. Los actores calificados con 90 o más puntos, son los que integrarán la siguiente fase de diseño de la ruta:

Tabla 66. Valoración de los actores - Ricaurte

<b>Actores</b>	<b>Perfil y Formalidad</b>	<b>Ubicación y accesibilidad</b>	<b>Servicios turísticos</b>	<b>Servicios complementarios</b>	<b>Asociación con prestadores</b>	<b>Estética, infraestructura y señalética</b>	<b>Sostenibilidad</b>	<b>Inclusión</b>	<b>Uso de tics</b>	<b>Bilingüismo</b>	<b>Experiencia turística potencial</b>	<b>TOTAL</b>
1. TRAPICHE SAN ISIDRO	6,7	9,3	8	8	8	7,5	8	8	8,0	8,0	0	79,5
2. AIDA EUGENIA MADROÑERO BETANCUR	7,3	9,3	8	8	8	7,5	8	8	9,3	8,0	0	81,4
3. CHAPILSHOT S	8,0	9,3	8	8	8	6,9	8,5	8	9,0	8,7	10	92,4
4. BEBIDAS ANCESTRALES EMPÍRICAS	7,3	9,3	8,5	8	8	7,5	7,5	8	8,3	8,7	10	91,1
5. TRAPICHE CAÑAVERAL	7,3	9,3	9	8	8,5	7,5	7,5	8	8,0	8,0	10	91,1
6. RESERVA NATURAL LA PLANADA - RESGUARDO PIALAPI PUEBLO VIEJO	10,0	8,7	10	10	9	7,8	8	10	9,3	9,3	10	102,1
7. VEREDA HOPS BEERS	9,3	9,3	8	9,5	9,5	7,8	7,5	8	9,3	8,0	0	86,2
8. TRAPICHES LOS CHAMIZOS	7,3	9,3	8,5	8	8,5	7,5	8,5	8	8,0	8,0	10	91,6
9. CORPORACIÓN RESERVA EL BOSQUE CASA DE TUCAN	8,7	8,7	10	9	8	8,6	9	8	9,5	8,0	10	97,5
10. NATALIA PASUI VASQUEZ - LICOR OJOS BRUJOS	7,0	9,3	9	8,5	8,5	7,5	8	8	9,5	8,7	0	84
11. DESTILERÍA ARTESANAL JAGUAR	8,3	9,3	9	8,5	9	7,6	8	8	9,3	8,0	0	85
12. ANCESTRALE	6,7	9,3	9,5	9	10	8,5	8,5	8	9,0	9,3	0	88,1

## Santander de Quilichao

### Contexto

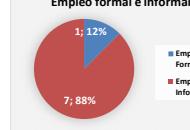
El municipio de Santander de Quilichao ha sido fuertemente golpeado por la violencia y grupos al margen de la ley, la producción panelera se realiza en veredas muy apartadas del casco urbano y de difícil acceso si no se cuenta con los permisos necesarios. Durante la visita al municipio se identificaron los actores más próximos al casco urbano municipal y que a su vez estuvieran interesados en el proceso.

La tradición panelera es amplia y variada en el municipio de Santander de Quilichao y se pudo identificar que las principales bebidas elaboradas a partir de las mieles paneleras o sus derivados son los guarapos y los rones artesanales. Se espera que a medida que se desarrolle las actividades del proyecto nuevos actores se acerquen a

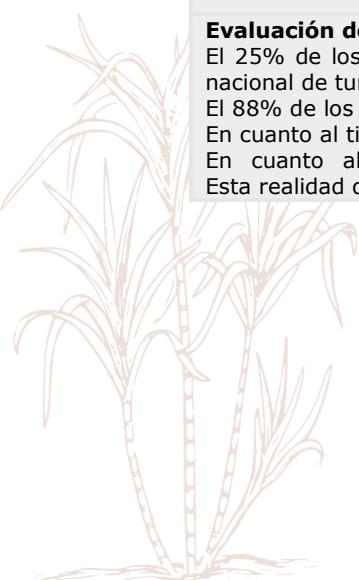
nuestro enlace local dispuesto en el municipio y puedan participar de los procesos de capacitación y de diseño de la ruta del dulce.

### **Perfil organizacional y formalización.**

Tabla 67. Perfil organizacional y formalización - Santander de Quilichao

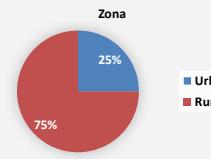
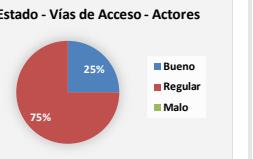
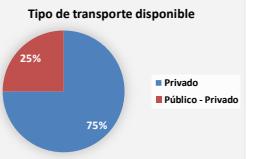
Actores	FORMALIDAD Y NATURALEZA JURÍDICA								
	Registro Mercantil	RUT	RNT	Empleos Formales	Empleos Informales	% de formalidad	Tipo de organización	Tiempo de operación	
1. ASOCIACION PRODUCTORA DE LICORES ARTESANALES DE SANTANDER DE QUILICHAO	Si	Si	No		2	0%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	ENTRE 1 Y 3 AÑOS	
2. AROMASPAZ	Si	Si	No	1	1	50%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	ENTRE 1 Y 3 AÑOS	
3. FINCA PINAR DEL RÍO PARAÍSO NATURAL	Si	Si	Si		2	0%	PERSONA NATURAL	MÁS DE 5 AÑOS	
4. FINCA LA PRIMAVERA	No	No	No		2	0%	PERSONA NATURAL	MÁS DE 5 AÑOS	
	Actores que cuentan con: 			<b>Empleo formal e informal</b> 		<b>Tipo de Organización</b> 		<b>Tiempo de operación</b> 	

**Evaluación de la dimensión:**  
 El 25% de los actores realizan sus actividades formalmente (con registro mercantil y con registro único tributario). Sólo un actor cuenta con registro nacional de turismo.  
 El 88% de los empleos generados por los actores es informal (7 empleados) y solo un 12% generan empleos formales (1 empleados).  
 En cuanto al tipo de organización, el 50% son personas naturales, y el 50% son asociaciones.  
 En cuanto al tiempo de operación, el 50% de los actores realizan su actividad hace más de 5 años, y el 50% entre 1 y 3 años. Esta realidad demuestra el arraigo y reciente desarrollo que en el destino tiene la producción y comercialización de licores y otros derivados.



## Ubicación y accesibilidad.

Tabla 68. Ubicación y accesibilidad - Santander de Quilichao

Actor	Zona		Distancia			Accesibilidad	
	Urbana	Rural	<5 km	>5km a <10 km	>10km	Estado de las vías	Disponibilidad de transporte
1. ASOCIACION PRODUCTORA DE LICORES ARTESANALES DE SANTANDER DE QUILICHAO		RURAL		X		REGULAR	PRIVADO
2. AROMASPAZ	URBANA		X			BUENO	PÚBLICO – PRIVADO
3. FINCA PINAR DEL RÍO PARAÍSO NATURAL		RURAL			X	REGULAR	PRIVADO
4. FINCA LA PRIMAVERA		RURAL	X			REGULAR	PRIVADO
	 <p>Zona</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Urbana</li> <li>■ Rural</li> </ul>	 <p>Distancia al parque principal</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ &lt;5 km</li> <li>■ &gt;5km a &lt;10 km</li> <li>■ &gt;10km</li> </ul>	 <p>Estado - Vías de Acceso - Actores</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Bueno</li> <li>■ Regular</li> <li>■ Malo</li> </ul>	 <p>Tipo de transporte disponible</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Privado</li> <li>■ Público - Privado</li> </ul>			

**Evaluación de la dimensión.**

El 75% de los actores se encuentran en **zonas rurales**, frente a un 25% que se encuentra en la zona urbana.

El 50% de los actores se encuentran a **menos de 5km** del parque principal del municipio, un 25% se encuentran **entre 5 y 10km** de distancia, y un 25% a **más de 10km**. La distancia es un criterio fundamental para articular la ruta turística, por lo que los que se ubican a más de 10km se les otorgó un menor puntaje.

El 75% de las vías de acceso **hacia los actores caracterizados** se encuentran en una **condición regular** y el 25% de las vías de acceso se encuentran en **buen estado**.

Finalmente, se identificó la disponibilidad de transporte (público / privado) hacia el punto donde se encuentra ubicado el actor caracterizado, resaltando el 75% de los actores se puede acceder con transporte **privado** y el 25% con transporte **público - privado**.



## Productos y servicios

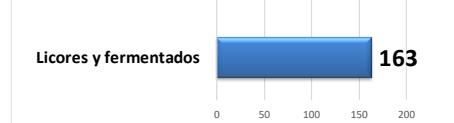
Tabla 69. Productos y servicios - Santander de Quilichao

Actores	Productos y servicios asociados a la temática de la ruta				
	Capacidad de producción		Productos		
	Licores y fermentados (litros x día)	Dulces y otros (kilos x día)	Licores	Dulces	Otro
1. ASOCIACION PRODUCTORA DE LICORES ARTESANALES DE SANTANDER DE QUILICHAO	150		X		
2. AROMASPAZ	6		X		
3. FINCA PINAR DEL RÍO PARAÍSO NATURAL	6,7		X		
4. FINCA LA PRIMAVERA	Desconoce		X		

**Evaluación de la dimensión:**  
 La producción de licores artesanales y bebidas fermentadas de los actores caracterizados es de **163 litros al día**, por lo que todos son productores "artesanales", de acuerdo con la Resolución No. 247 de 2021 del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.  
 Los licores y fermentados que se producen en Santander de Quilichao, son **destilados** por medio de un proceso artesanal y son derivados del guarapo (jugo de caña) y mieles paneleras.  
 El 100% de los actores produce algún tipo de licor o bebida fermentada.

**Capacidad de producción diaria**

Dulces y otros derivados	0
Licores y fermentados	163



**Productos identificados**

Otros derivados	0%
Dulces	0%
Licores	100%

## Capacidad de prestación de servicios turísticos.

Tabla 70. Capacidad de prestar servicios turísticos

Actores	Servicios turísticos									
	Alojamiento / Hostería	Alimentos / Bebidas	Agencias de viajes	Guianza u orientación turística	Transporte terrestre automotor	Parques temáticos, agroturísticos	Oficinas de representación turística	Unidades productivas	Experiencias de naturaleza o culturales	Presta otro servicio turístico
1. ASOCIACION PRODUCTORA DE LICORES ARTESANALES DE SANTANDER DE QUILICHAO										Sí
2. AROMASPAZ										

Actores	Servicios turísticos																														
	Alojamiento / Hostería	Alimentos / Bebidas	Agencias de viajes	Guianza u orientación turística	Transporte terrestre automotor	Parques temáticos, agroturísticos	Oficinas de representación turística	Unidades productivas	Experiencias de naturaleza o culturales	Presta otro servicio turístico																					
3. FINCA PINAR DEL RÍO PARAÍSO NATURAL		Sí		Sí						Sí																					
4. FINCA LA PRIMAVERA										Sí																					
<b>Análisis conjunto</b>																															
El 25% de los actores realizan sus actividades formalmente (con registro mercantil y con registro único tributario). Sólo un actor cuenta con registro nacional de turismo.																															
En cuanto a los servicios que prestan, son: 25% alimentos / bebidas, 25% guianza u orientación turística, 25% experiencias de naturaleza o culturales; 50% presta otro servicio turístico.																															
Ninguno presta servicios de alojamiento, transporte u oficinas de representación turística. Tampoco, parques temáticos o agroturísticos, agencias de viajes y unidades productivas.																															
<b>Servicios turísticos prestados por los actores</b> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Servicio</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Presta otro servicio turístico</td> <td>50,0%</td> </tr> <tr> <td>Experiencias de naturaleza o culturales</td> <td>25,0%</td> </tr> <tr> <td>Unidades productivas</td> <td>0,0%</td> </tr> <tr> <td>Oficinas de representación turística</td> <td>0,0%</td> </tr> <tr> <td>Parques temáticos agroturísticos</td> <td>0,0%</td> </tr> <tr> <td>Transporte terrestre automotor</td> <td>0,0%</td> </tr> <tr> <td>Guianza u orientación turística</td> <td>25,0%</td> </tr> <tr> <td>Agencias de viajes</td> <td>0,0%</td> </tr> <tr> <td>Alimentos / Bebidas</td> <td>25,0%</td> </tr> <tr> <td>Alojamiento / Hostería</td> <td>0,0%</td> </tr> </tbody> </table>										Servicio	Porcentaje	Presta otro servicio turístico	50,0%	Experiencias de naturaleza o culturales	25,0%	Unidades productivas	0,0%	Oficinas de representación turística	0,0%	Parques temáticos agroturísticos	0,0%	Transporte terrestre automotor	0,0%	Guianza u orientación turística	25,0%	Agencias de viajes	0,0%	Alimentos / Bebidas	25,0%	Alojamiento / Hostería	0,0%
Servicio	Porcentaje																														
Presta otro servicio turístico	50,0%																														
Experiencias de naturaleza o culturales	25,0%																														
Unidades productivas	0,0%																														
Oficinas de representación turística	0,0%																														
Parques temáticos agroturísticos	0,0%																														
Transporte terrestre automotor	0,0%																														
Guianza u orientación turística	25,0%																														
Agencias de viajes	0,0%																														
Alimentos / Bebidas	25,0%																														
Alojamiento / Hostería	0,0%																														

### Capacidad de prestación de servicios complementarios.

Tabla 71. Capacidad de prestar servicios complementarios - Santander de Quilichao

Actores	Escuelas y/o talleres	Teatro, auditorio, sala de exposición	Salones de exposición	Artes circenses	Tienda y/o taller de artesanías	Agricultura tradicional	Portador (manifestador) de	Centros culturales	Discoteca, bar, casinos,	Mercados tradicionales	Escenarios para la práctica de	Otro servicio cultural

	de música, danza, teatro	conciertos	y/o taller de artes plásticas		o artes decorativas	I	patrimonio cultural inmaterial		bingos		deportes tradicionales	o asociado																							
1. ASOCIACION PRODUCTORA DE LICORES ARTESANALES DE SANTANDER DE QUILICHAO																																			
2. AROMASPAZ																																			
3. FINCA PINAR DEL RÍO PARAÍSO NATURAL																																			
4. FINCA LA PRIMAVERA																																			
<b>Análisis conjunto</b>  Ninguno de los actores ofrecen servicios complementarios.	<b>Servicios complementarios prestados por los actores</b>																																		
	<table> <tr><td>Otro servicio cultural o asociado</td><td>0%</td></tr> <tr><td>Escenarios para la práctica de deportes tradicionales</td><td>0%</td></tr> <tr><td>Mercados tradicionales</td><td>0%</td></tr> <tr><td>Discoteca, bar, casinos, bingos</td><td>0%</td></tr> <tr><td>Centros culturales</td><td>0%</td></tr> <tr><td>Portador (manifestador) de patrimonio cultural inmaterial</td><td>0%</td></tr> <tr><td>Agricultura tradicional</td><td>0%</td></tr> <tr><td>Tienda y/o taller de artesanías o artes decorativas</td><td>0%</td></tr> <tr><td>Artes circenses</td><td>0%</td></tr> <tr><td>Salones de exposición y/o taller de artes plásticas</td><td>0%</td></tr> <tr><td>Teatro, auditorio, sala de conciertos</td><td>0%</td></tr> <tr><td>Escuelas y/o talleres de música, danza, teatro</td><td>0%</td></tr> </table>												Otro servicio cultural o asociado	0%	Escenarios para la práctica de deportes tradicionales	0%	Mercados tradicionales	0%	Discoteca, bar, casinos, bingos	0%	Centros culturales	0%	Portador (manifestador) de patrimonio cultural inmaterial	0%	Agricultura tradicional	0%	Tienda y/o taller de artesanías o artes decorativas	0%	Artes circenses	0%	Salones de exposición y/o taller de artes plásticas	0%	Teatro, auditorio, sala de conciertos	0%	Escuelas y/o talleres de música, danza, teatro
Otro servicio cultural o asociado	0%																																		
Escenarios para la práctica de deportes tradicionales	0%																																		
Mercados tradicionales	0%																																		
Discoteca, bar, casinos, bingos	0%																																		
Centros culturales	0%																																		
Portador (manifestador) de patrimonio cultural inmaterial	0%																																		
Agricultura tradicional	0%																																		
Tienda y/o taller de artesanías o artes decorativas	0%																																		
Artes circenses	0%																																		
Salones de exposición y/o taller de artes plásticas	0%																																		
Teatro, auditorio, sala de conciertos	0%																																		
Escuelas y/o talleres de música, danza, teatro	0%																																		



## Asociación comercial con otros proveedores de servicios turísticos

Tabla 72. Asociación comercial servicios turísticos - Santander de Quilichao

Actores	Servicios Asociados Comercialmente																																																																																																																																			
	Alojamiento	Restaurante / Cafeterías	Guías profesionales, Baquianos interpretes locales	Agencias de viajes	Servicio de transporte	Proveedores de experiencias de naturaleza o culturales	Servicios culturales y asociados	Deportes extremos (Turismo de aventura)	Unidades productivas	Oficinas de representación turística	Cultivadores de caña																																																																																																																									
1. ASOCIACION PRODUCTORA DE LICORES ARTESANALES DE SANTANDER DE QUILICHAO																																																																																																																																				
2. AROMASPAZ																																																																																																																																				
3. FINCA PINAR DEL RÍO PARAÍSO NATURAL				Si					Si																																																																																																																											
4. FINCA LA PRIMAVERA																																																																																																																																				
<b>Análisis conjunto</b>  El 25% de los actores están asociados comercialmente con unidades productivas y con agencias de viajes.  El grado de asociatividad comercial de los actores es abajo (no supera el 25%).	<p style="text-align: center;"><b>Servicios asociados comercialmente</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>Cultivadores de caña</td> <td>0%</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Oficinas de representación turística</td> <td>0%</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Unidades productivas</td> <td>25%</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Deportes extremos (Turismo de aventura)</td> <td>0%</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Servicios culturales y asociados</td> <td>0%</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Proveedores de experiencias de naturaleza o culturales</td> <td>0%</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Servicio de transporte</td> <td>0%</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Agencias de viajes</td> <td>25%</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Guías profesionales, Baquianos interpretes locales</td> <td>0%</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Restaurante / Cafeterías</td> <td>0%</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alojamiento</td> <td>0%</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>											Cultivadores de caña	0%										Oficinas de representación turística	0%										Unidades productivas	25%										Deportes extremos (Turismo de aventura)	0%										Servicios culturales y asociados	0%										Proveedores de experiencias de naturaleza o culturales	0%										Servicio de transporte	0%										Agencias de viajes	25%										Guías profesionales, Baquianos interpretes locales	0%										Restaurante / Cafeterías	0%										Alojamiento	0%									
Cultivadores de caña	0%																																																																																																																																			
Oficinas de representación turística	0%																																																																																																																																			
Unidades productivas	25%																																																																																																																																			
Deportes extremos (Turismo de aventura)	0%																																																																																																																																			
Servicios culturales y asociados	0%																																																																																																																																			
Proveedores de experiencias de naturaleza o culturales	0%																																																																																																																																			
Servicio de transporte	0%																																																																																																																																			
Agencias de viajes	25%																																																																																																																																			
Guías profesionales, Baquianos interpretes locales	0%																																																																																																																																			
Restaurante / Cafeterías	0%																																																																																																																																			
Alojamiento	0%																																																																																																																																			

## Estética, infraestructura y señalética

Tabla 73. Estética, infraestructura y señalética - Santander de Quilichao

Actores	Diseño	Señalética								Infraestructura	
		Inversión en diseño	Señales de emergencia o evacuación	Señales de condición segura	Señales contra incendios	Señales de demarcación fotoluminiscente	Señales de prohibición	Señales de precaución o señales de peligro	Señales de obligación	Parqueaderos e infraestructura	Batería de baño para visitantes
1. ASOCIACION PRODUCTORA DE LICORES ARTESANALES DE SANTANDER DE QUILICHAO	No	Si	Si	Si			Si	Si	Si	Si	
2. AROMASPAZ	Si	Si	Si	Si			Si	Si	Si		Si
3. FINCA PINAR DEL RÍO PARAÍSO NATURAL	Si	Si	Si				Si				
4. FINCA LA PRIMAVERA	No										

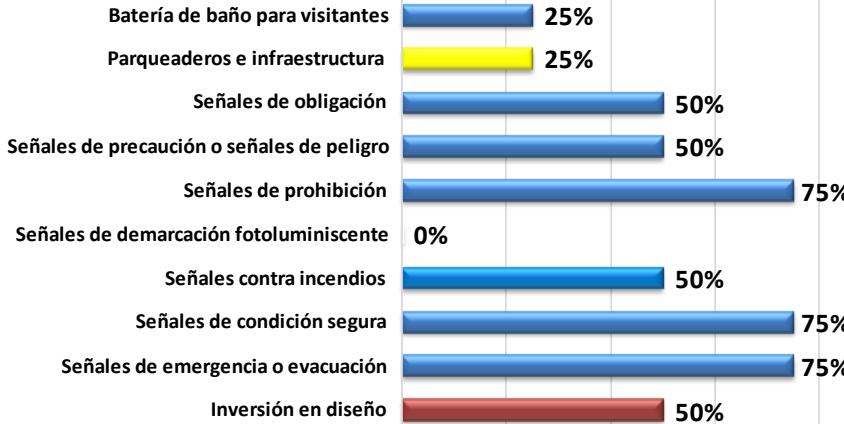
**Análisis conjunto**

Un 50% de los actores invierte en el diseño o estética de sus establecimientos o lugares de producción.

Los principales sistemas de señalética que cuentan los actores son: 75% emergencia o evacuación; 50% contra incendios; 75% de prohibición; 50% de peligro; 50% de obligación; 75% de condición segura.

Sólo un 25% cuentan con batería de baño para visitantes y solo un 25% con parqueadero para visitantes.

**Estética, infraestructura y señalética**



Característica	Porcentaje
Batería de baño para visitantes	25%
Parqueaderos e infraestructura	25%
Señales de obligación	50%
Señales de precaución o señales de peligro	50%
Señales de prohibición	75%
Señales de demarcación fotoluminiscente	0%
Señales contra incendios	50%
Señales de condición segura	75%
Señales de emergencia o evacuación	75%
Inversión en diseño	50%

## Sostenibilidad

Tabla 74. Sostenibilidad - Santander de Quilichao

Actores	Herramientas de sostenibilidad				
	Uso de energías limpias	Gestión sostenible de residuos sólidos y líquidos	Gestión sostenible de emisión de gases.	Gestión sostenible del consumo de agua	Gestión sostenible del consumo de energía
1. ASOCIACION PRODUCTORA DE LICORES ARTESANALES DE SANTANDER DE QUILICHAO		Si			
2. AROMASPAZ		Si			
3. FINCA PINAR DEL RÍO PARAÍSO NATURAL		Si			Si
4. FINCA LA PRIMAVERA		Si			

**Análisis conjunto**

En cuanto a implementación de sostenibilidad en los procesos se distribuyen de la siguiente forma:

Todos los actores implementan herramientas de gestión sostenible de residuos sólidos y líquidos.

Un 50%, hacen gestión sostenible del consumo de agua.

Un 25%, hacen gestión sostenible del consumo de energía.

Un 25% hacen gestión sostenible de uso de energías limpias.

Un 25% hacen gestión sostenible de emisión de gases.

**Herramientas de sostenibilidad**

Gestión sostenible del consumo de energía	25%
Gestión sostenible del consumo de agua	50%
Gestión sostenible de emisión de gases	25%
Gestión sostenible de residuos sólidos y líquidos	100%
Uso de energías limpias	25%

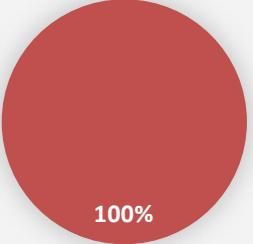


## Inclusión

Tabla 75. Inclusión - Santander de Quilichao

Actores	Herramientas de inclusión		Herramienta							
	No	Si	Visualización de textos	Adaptación de lenguaje braille	Lenguaje de señas	Dispositivos multimedia de fácil acceso	Sistemas auditivos	Baños especializados	Rampas	Sillas de ruedas
1. ASOCIACION PRODUCTORA DE LICORES ARTESANALES DE SANTANDER DE QUILICHAO	No									
2. AROMASPAZ	No									
3. FINCA PINAR DEL RÍO PARAÍSO NATURAL	No									
4. FINCA LA PRIMAVERA	No									

**Herramientas de inclusión**



■ Si  
■ No

100%

**Herramientas de inclusión**

Sillas de ruedas	0%
Rampas	0%
Baños especializados	0%
Sistemas auditivos	0%
Dispositivos multimedia de fácil acceso	0%
Lenguaje de señas	0%
Adaptación de lenguaje braille	0%
Visualización de textos	0%

**Análisis conjunto**

Ninguno de los actores implementan herramientas de inclusión.



## Uso de Tics

Tabla 76. Uso de Tics - Santander de Quilichao

Actores	Tienda online	Medios de Pago				
		Efectivo	Transferencia electrónica	Tarjeta crédito o débito (datafono)	Transferencia QR	Divisas Extranjeras
1. ASOCIACION PRODUCTORA DE LICORES ARTESANALES DE SANTANDER DE QUILICHAO	Si	Si	Si			
2. AROMASPAZ	Si	Si	Si			
3. FINCA PINAR DEL RÍO PARAÍSO NATURAL	Si	Si				
4. FINCA LA PRIMAVERA	No	Si				

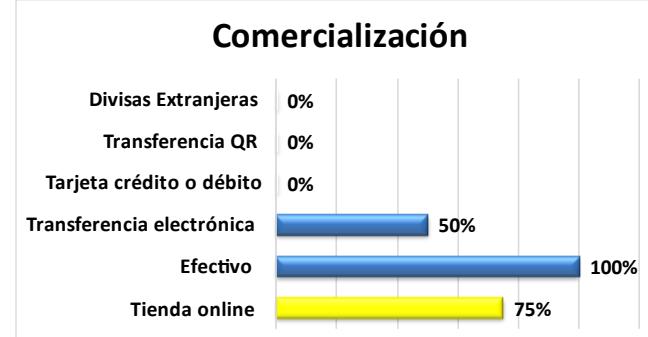
**Análisis conjunto**

El 75% de los actores cuenta con una tienda online.

Los medios de pago aceptados por los actores son: el 100% efectivo; el 50% transferencias electrónicas.

Ningún actor recibe divisas extranjeras, transferencias QR o tarjetas de débito y crédito.

**Comercialización**



Divisas Extranjeras	0%
Transferencia QR	0%
Tarjeta crédito o débito	0%
Transferencia electrónica	50%
Efectivo	100%
Tienda online	75%



## Bilingüismo

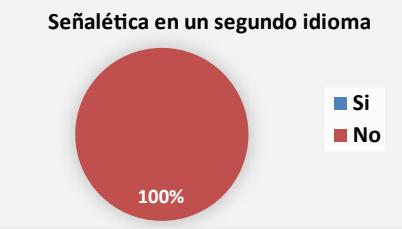
Tabla 77. Bilingüismo - Santander de Quilichao

Actores	Señalética en segundo idioma	Idioma de señalética	# empleados bilingües	Información de productos y servicios en un segundo idioma
1. ASOCIACION PRODUCTORA DE LICORES ARTESANALES DE SANTANDER DE QUILICHAO	No			No
2. AROMASPAZ	No			No
3. FINCA PINAR DEL RÍO PARAÍSO NATURAL	No		1	No
4. FINCA LA PRIMAVERA	No		1	No

**Análisis conjunto**

Ninguno de los actores cuenta con señalética e información en un segundo idioma.

Sólo dos actores cuentan con personal que domine un segundo idioma (inglés).



Señalética en un segundo idioma

■ Si	■ No
------	------

100%



Información en un segundo idioma

■ Si	■ No
------	------

100%



## Experiencia turística potencial

Tabla 78. Experiencia turística potencial - Santander de Quilichao

Actores	¿Su actividad es una experiencia turística?		Experiencia potencial a vincular
	No	Si	
1. ASOCIACION PRODUCTORA DE LICORES ARTESANALES DE SANTANDER DE QUILICHAO		x	Visita a las instalaciones de la asociación en donde se puede hacer el recorrido y aprender sobre la producción de licores artesanales.
2. AROMASPAZ		x	Mujeres sabedoras y gastronomía que desarrollan actividades económicas relacionadas con la producción de licores artesanales, cuentan con múltiples lugares en donde se puede realizar diferentes catas de productos.
3. FINCA PINAR DEL RÍO PARAÍSO NATURAL		x	Hermosa finca ubicada a las afueras del casco urbano de Santander de Quilichao, en donde se puede experimentar los procesos agrícolas relacionados con la caña de azúcar, y posteriormente dirigirse hacia la planta de producción de Rones Quilichao.
4. FINCA LA PRIMAVERA	x		



### **Valoración de los actores con potencial de integrarse a la ruta en Santander de Quilichao**

La siguiente tabla sintetiza la valoración numérica que los actores caracterizados obtuvieron en las diferentes dimensiones de análisis. Los actores calificados con 90 o más puntos, son los que integrarán la siguiente fase de diseño de la ruta:

Tabla 79. Valoración de los actores - Santander de Quilichao

<b>Actores</b>	<b>Perfil y Formalidad</b>	<b>Ubicación y accesibilidad</b>	<b>Servicios turísticos</b>	<b>Servicios complementarios</b>	<b>Asociación con prestadores</b>	<b>Estética, infraestructura y señalética</b>	<b>Sostenibilidad</b>	<b>Inclusión</b>	<b>Uso de tics</b>	<b>Bilingüismo</b>	<b>Experiencia turística potencial</b>	<b>TOTAL</b>
<b>1.</b> ASOCIACION PRODUCTORA DE LICORES ARTESANALES DE SANTANDER DE QUILICHAO	8,0	8,7	8,5	8	8	8,3	8	8	9,3	8,0	10	<b>92,8</b>
<b>2.</b> AROMASPAZ	8,0	10,0	8	8	8	8,9	8	8	9,3	8,0	10	<b>94,2</b>
<b>3.</b> FINCA PINAR DEL RÍO PARAÍSO NATURAL	8,7	7,7	10	8	9	7,7	8,5	8	9,0	8,7	10	<b>95,3</b>
<b>4.</b> FINCA LA PRIMAVERA	7,3	8,7	8	8	8	6,9	8,5	8	8,0	8,7	0	<b>80,1</b>



## Santa Marta

### Contexto

La ciudad de Santa Marta cuenta una fuerte historia relacionada con la producción panelera en el país, en donde se presentaban grandes plantaciones de caña de azúcar. La producción de ron en Santa Marta y en la región caribeña de Colombia históricamente ha estado vinculada a la producción de caña de azúcar. La caña de azúcar es la materia prima fundamental para la producción de ron, ya que se fermenta y destila para obtener esta popular bebida alcohólica. En muchas plantaciones de caña de azúcar en Santa Marta, especialmente en el pasado, se producía tanto panela como melaza. La melaza es un subproducto del procesamiento de la caña de azúcar que se utiliza como materia prima en la destilación del ron.

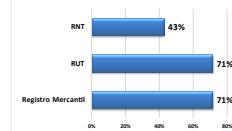
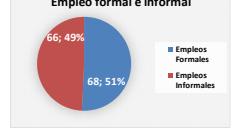
El chirrinchi es una bebida tradicional de algunas comunidades indígenas de la región, como los Arhuacos, los koguis, los wayuu entre otros. Aunque su preparación y uso no están directamente relacionados con la producción de panela, sí comparten la caña de azúcar como un ingrediente clave. En algunas áreas donde se produce panela en Santa Marta, es posible que el chirrinchi se prepare ocasionalmente utilizando jugo de caña o panela como base, aunque esto puede variar según las prácticas locales y las preferencias de las comunidades indígenas.

El chirrinchi es conocido por su importancia cultural y ceremonial dentro de estas comunidades, y aunque no está directamente ligado a la producción de panela como el ron, ambos comparten la caña de azúcar como un elemento central en su historia y fabricación.

### Perfil organizacional y formalización.

Tabla 80. Perfil organizacional y formalización - Santa Marta

Actores	FORMALIDAD Y NATURALEZA JURÍDICA							
	Registro Mercantil	RUT	RNT	Empleos Formales	Empleos Informales	% de formalidad	Tipo de organización	Tiempo de operación
1. CARLOS CAMACHO	Si	Si	Si	2	6	25%	PERSONA NATURAL	MÁS DE 5 AÑOS

Actores	FORMALIDAD Y NATURALEZA JURÍDICA																																						
	Registro Mercantil	RUT	RNT	Empleos Formales	Empleos Informales	% de formalidad	Tipo de organización	Tiempo de operación																															
2. CASA MARAN DE LA SIERRA	No	No	No				PERSONA NATURAL	MÁS DE 5 AÑOS																															
3. DISTRIBUCIONES CAÑAVERAL SAS - RESTAURANTE SUBLIME	Si	Si	No	12		100%	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	MÁS DE 5 AÑOS																															
4. LAYALI COCINA ÁRABE	No	No	No				PERSONA NATURAL	MÁS DE 5 AÑOS																															
5. FUNDACIÓN MUSEO BOLIVARIANO DE ARTE CONTEMPORÁNEO	Si	Si	No	23		100%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	MÁS DE 5 AÑOS																															
6. LA CASA DE LAS CULTURAS	No	No	No		2	0%	PERSONA NATURAL	MÁS DE 5 AÑOS																															
7. KAKAW ORGANICO Y MUSEO DEL CACAO DE MINCA	Si	Si	Si		3	0%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	MÁS DE 5 AÑOS																															
8. COMUNIDAD SUSTENTABLE COMUNIDAD PALOMINO	Si	Si	No	13		100%	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	MÁS DE 5 AÑOS																															
9. SIIMONA	Si	Si	Si	6	2	75%	OTRA FORMA DE ORGANIZACIÓN COLECTIVA ORGANIZADA	ENTRE 3 Y 5 AÑOS																															
10. OPERADORA TURÍSTICA WIJAN TOUR S.A.A	Si	Si	Si	5	25	17%	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	MÁS DE 5 AÑOS																															
11. OPERADORA TURÍSTICA WIJAN TOUR S.A.S	Si	Si	Si	4	25	14%	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	MÁS DE 5 AÑOS																															
12. INVERSIONES VILLOTAS S.A.S	Si	Si	Si	3		100%	PERSONA NATURAL	HACE MENOS DE 1 AÑO																															
13. BEBIDAS ARTESANALES DOLYMAR	Si	Si	No				SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	MÁS DE 5 AÑOS																															
14. GERARDO MENDOZA	No	No	No		3	0%	PERSONA NATURAL	ENTRE 1 Y 3 AÑOS																															
	<b>Actores que cuentan con:</b>  <table border="1"> <tr> <td>RNT</td> <td>43%</td> </tr> <tr> <td>RUT</td> <td>71%</td> </tr> <tr> <td>Registro Mercantil</td> <td>71%</td> </tr> </table>			RNT	43%	RUT	71%	Registro Mercantil	71%	<b>Empleo formal e informal</b>  <table border="1"> <tr> <td>Empleos Formales</td> <td>66%</td> </tr> <tr> <td>Empleos Informales</td> <td>49%</td> </tr> </table>		Empleos Formales	66%	Empleos Informales	49%	<b>Tipo de Organización</b>  <table border="1"> <tr> <td>SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA</td> <td>42%</td> </tr> <tr> <td>ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES</td> <td>17%</td> </tr> <tr> <td>OTRA FORMA DE ORGANIZACIÓN COLECTIVA</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>AGUDACIÓN</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>PERSONA NATURAL</td> <td>150%</td> </tr> <tr> <td>RESGUARDOS INDÍGENAS</td> <td>0%</td> </tr> </table>		SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	42%	ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	17%	OTRA FORMA DE ORGANIZACIÓN COLECTIVA	8%	AGUDACIÓN	0%	PERSONA NATURAL	150%	RESGUARDOS INDÍGENAS	0%	<b>Tiempo de operación</b>  <table border="1"> <tr> <td>Más de 5 años</td> <td>79%</td> </tr> <tr> <td>Hace menos de 1 año</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>Entre 3 y 5 años</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>Entre 1 y 3 años</td> <td>7%</td> </tr> </table>		Más de 5 años	79%	Hace menos de 1 año	7%	Entre 3 y 5 años	7%	Entre 1 y 3 años	7%
RNT	43%																																						
RUT	71%																																						
Registro Mercantil	71%																																						
Empleos Formales	66%																																						
Empleos Informales	49%																																						
SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	42%																																						
ASOCIACIONES, CORPORACIONES Y FUNDACIONES	17%																																						
OTRA FORMA DE ORGANIZACIÓN COLECTIVA	8%																																						
AGUDACIÓN	0%																																						
PERSONA NATURAL	150%																																						
RESGUARDOS INDÍGENAS	0%																																						
Más de 5 años	79%																																						
Hace menos de 1 año	7%																																						
Entre 3 y 5 años	7%																																						
Entre 1 y 3 años	7%																																						

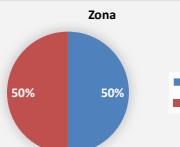
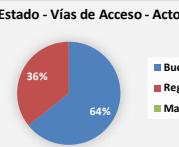
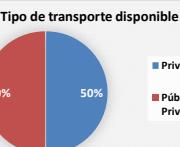
**Evaluación de la dimensión:**  
 El 71% de los actores realizan sus actividades formalmente (con registro mercantil y con registro único tributario). Sólo seis actores cuentan con registro nacional de turismo.  
 El 49% de los empleos generados por los actores es informal (66 empleados) y un 51% generan empleos formales (68 empleados).  
 En cuanto al tipo de organización, el 150% son personas naturales, el 17% son asociaciones, corporaciones y fundaciones, el 42% son SAS y el 8% otras formas de organización colectiva.  
 En cuanto al tiempo de operación, el 79% de los actores realizan su actividad hace más de 5 años, el 7% entre 1 y 3 años, el 7% entre 3 y 5 años y el 7%

Actores	FORMALIDAD Y NATURALEZA JURÍDICA							
	Registro Mercantil	RUT	RNT	Empleos Formales	Empleos Informales	% de formalidad	Tipo de organización	Tiempo de operación
hace menos de un año. Esta realidad demuestra el arraigo y reciente desarrollo que en el destino tiene la producción y comercialización de licores y otros derivados.								

### Ubicación y accesibilidad.

Tabla 81. Ubicación y accesibilidad - Santa Marta

Actor	Zona		Distancia			Accesibilidad	
	Urbana	Rural	<5 km	>5km a <10 km	>10km	Estado de las vías	Disponibilidad de transporte
1. CARLOS CAMACHO		X	x			REGULAR	PRIVADO
2. CASA MARAN DE LA SIERRA	X		x			BUENO	PÚBLICO - PRIVADO
3. DISTRIBUCIONES CAÑAVERAL SAS - RESTAURANTE SUBLIME	X		x			BUENO	PÚBLICO - PRIVADO
4. LAYALI COCINA ÁRABE	X		x			BUENO	PÚBLICO - PRIVADO
5. FUNDACIÓN MUSEO BOLIVARIANO DE ARTE CONTEMPORÁNEO	X			x		BUENO	PÚBLICO - PRIVADO
6. LA CASA DE LAS CULTURAS		X		x		REGULAR	PRIVADO
7. KAKAW ORGANICO Y MUSEO DEL CACAO DE MINCA		X		x		BUENO	PRIVADO
8. COMUNIDAD SUSTENTABLE COMUNIDAD PALOMINO	X		x			REGULAR	PÚBLICO - PRIVADO
9. SIIMONA	X		x			BUENO	PÚBLICO - PRIVADO
10. OPERADORA TURÍSTICA WIJAN TOUR S.A.A		X			x	BUENO	PRIVADO
11. OPERADORA TURÍSTICA WIJAN TOUR S.A.S		X			x	BUENO	PRIVADO
12. INVERSIONES VILLOTAS S.A.S	X		x			BUENO	PÚBLICO - PRIVADO

Actor	Zona		Distancia			Accesibilidad	
	Urbana	Rural	<5 km	>5km a <10 km	>10km	Estado de las vías	Disponibilidad de transporte
13. BEBIDAS ARTESANALES DOLYMAR		X		X		REGULAR	PRIVADO
14. GERARDO MENDOZA		X			X	REGULAR	PRIVADO
	Zona	Distancia al parque principal	Estado - Vías de Acceso - Actores	Tipo de transporte disponible			
	 <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Urbana</li> <li>■ Rural</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>■ &lt;5 km</li> <li>■ &gt;5km a &lt;10 km</li> <li>■ &gt;10km</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Bueno</li> <li>■ Regular</li> <li>■ Malo</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Privado</li> <li>■ Público - Privado</li> </ul>			

**Evaluación de la dimensión.**

El 50% de los actores se encuentran en **zonas rurales**, frente a un 50% que se encuentra en la zona urbana.

El 50% de los actores se encuentran a **menos de 5km** del parque principal del municipio, un 29% se encuentran **entre 5 y 10km** de distancia, y un 21% a **más de 10km**. La distancia es un criterio fundamental para articular la ruta turística, por lo que los que se ubican a más de 10km se les otorgó un menor puntaje.

El 64% de las vías de acceso **hacia los actores caracterizados** se encuentran en una **condición buena** y el 36% de las vías de acceso se encuentran en **una condición regular**.

Finalmente, se identificó la disponibilidad de transporte (público / privado) hacia el punto donde se encuentra ubicado el actor caracterizado, resaltando el 50% de los actores se puede acceder con transporte **privado** y el 50% con transporte **público - privado**.

## Productos y servicios

Tabla 82. Productos y servicios - Santa Marta

Actores	Productos y servicios asociados a la temática de la ruta				
	Capacidad de producción		Productos		
	Licores y fermentados (litros x día)	Dulces y otros (kilos x día)	Licores	Dulces	Otro
1. CARLOS CAMACHO	DESCONOCEN				X
2. CASA MARAN DE LA SIERRA	DESCONOCEN				X
3. DISTRIBUCIONES CAÑAVERAL SAS - RESTAURANTE SUBLIME	DESCONOCEN				X
4. LAYALI COCINA ÁRABE	DESCONOCEN				X

Actores	Productos y servicios asociados a la temática de la ruta				
	Capacidad de producción		Productos		
	Licores y fermentados (litros x día)	Dulces y otros (kilos x día)	Licores	Dulces	Otro
5. FUNDACIÓN MUSEO BOLIVARIANO DE ARTE CONTEMPORÁNEO	DESCNOCE				x
6. LA CASA DE LAS CULTURAS	DESCNOCE				x
7. KAKAW ORGANICO Y MUSEO DEL CACAO DE MINCA		5		x	
8. COMUNIDAD SUSTENTABLE COMUNIDAD PALOMINO	DESCNOCE		x		x
9. SIIMONA	DESCNOCE		x		x
10. OPERADORA TURÍSTICA WIJAN TOUR S.A.A	DESCNOCE			x	
11. OPERADORA TURÍSTICA WIJAN TOUR S.A.S	DESCNOCE			x	
12. INVERSIONES VILLOTAS S.A.S	DESCNOCE		x		
13. BEBIDAS ARTESANALES DOLYMAR	DESCNOCE		x		
14. GERARDO MENDOZA	DESCNOCE		x		x

**Evaluación de la dimensión:**  
La producción de licores artesanales y bebidas fermentadas de los actores caracterizados es desconocida.  
La producción de dulces y otros derivados del conjunto de los actores es de 5 kilos diarios.  
Los licores y fermentados que se producen en Santa Marta, son **macerados** por medio de un proceso artesanal y son derivados del guarapo (jugo de caña) y mieles paneleras.  
El 36% de los actores produce algún tipo de licor o bebida fermentada, un 79% otros derivados de mieles paneleras y un 7% producen dulces.

**Capacidad de producción diaria**

Dulces y otros derivados	5
Licores y fermentados	0

**Productos identificados**

Otros derivados	79%
Dulces	7%
Licores	36%



## Capacidad de prestación de servicios turísticos.

Tabla 83. Capacidad de prestar servicios turísticos - Santa Marta

Actores	Servicios turísticos									
	Alojamiento / Hospedaje	Alimentos / Bebidas	Agencias de viajes	Guianza u orientación turística	Transporte terrestre automotor	Parques temáticos, agroturísticos	Oficinas de representación turística	Unidades productivas	Experiencias de naturaleza o culturales	Presta otro servicio turístico
1. CARLOS CAMACHO		Si								Si
2. CASA MARAN DE LA SIERRA										
3. DISTRIBUCIONES CAÑAVERAL SAS - RESTAURANTE SUBLIME		Si								
4. LAYALI COCINA ÁRABE										
5. FUNDACIÓN MUSEO BOLIVARIANO DE ARTE CONTEMPORÁNEO				Si						
6. LA CASA DE LAS CULTURAS	Si			Si		Si			Si	
7. KAKAW ORGANICO Y MUSEO DEL CACAO DE MINCA		Si								
8. COMUNIDAD SUSTENTABLE COMUNIDAD PALOMINO		Si								
9. SIIMONA		Si								
10. OPERADORA TURÍSTICA WIJAN TOUR S.A.A	Si	Si	Si	Si	Si	Si		Si	Si	
11. OPERADORA TURÍSTICA WIJAN TOUR S.A.S	Si	Si	Si	Si	Si			Si	Si	
12. INVERSIONES VILLOTAS S.A.S	Si	Si								
13. BEBIDAS ARTESANALES DOLYMAR		Si								
14. GERARDO MENDOZA		Si								Si



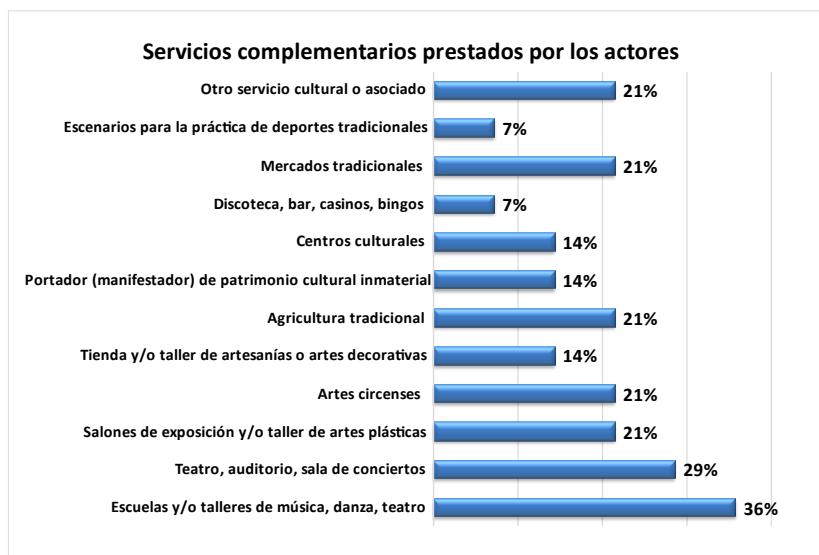


## Capacidad de prestación de servicios complementarios.

Tabla 84. Capacidad de prestar servicios complementarios - Santa Marta

<b>Actores</b>	Escuelas y/o talleres de música, danza, teatro	Teatro, auditorio , sala de conciertos	Salones de exposición y/o taller de artes plásticas	Artes circenses	Tienda y/o taller de artesanías o artes decorativas	Agricultura tradicional	Portador (manifestador) de patrimonio cultural inmaterial	Centros culturales	Discotecas, bar, casinos, bingos	Mercados tradicionales	Escenarios para la práctica de deportes tradicionales	Otro servicio cultural o asociado
1. CARLOS CAMACHO	Si	Si	Si	Si			Si			Si	Si	
2. CASA MARAN DE LA SIERRA												
3. DISTRIBUCIONES CAÑAVERAL SAS - RESTAURANTE SUBLIME	Si											Si
4. LAYALI COCINA ÁRABE												
5. FUNDACIÓN MUSEO BOLIVARIANO DE ARTE CONTEMPORÁNEO			Si					Si				Si
6. LA CASA DE LAS CULTURAS		Si										
7. KAKAW ORGÁNICO Y MUSEO DEL CACAO DE MINCA	Si											
8. COMUNIDAD SUSTENTABLE COMUNIDAD PALOMINO						Si						
9. SIIMONA	Si	Si		Si			Si					

<b>10.</b> OPERADORA TURÍSTICA WIJAN TOUR S.A.A					Si	Si				Si		
<b>11.</b> OPERADORA TURÍSTICA WIJAN TOUR S.A.S				Si	Si	Si		Si		Si		
<b>12.</b> INVERSIONES VILLOTAS S.A.S	Si		Si						Si			
<b>13.</b> BEBIDAS ARTESANALES DOLYMAR												
<b>14.</b> GERARDO MENDOZA		Si										Si
<b>Análisis conjunto</b>												
Los actores prestan servicios complementarios, así: 21% agricultura tradicional; el 36% escuelas y/o talleres de música, danza, teatro; el 21% prestan otros servicios culturales o asociados; el 14% tienda y/o taller de artesanías o artes decorativas; el 14% es manifestador de patrimonio cultural inmaterial; el 29% cuentan con teatro, auditorio y sala de conciertos; el 21% salones de exposición y/o taller de artes plásticas; el 14% centros culturales y el 21%												



mercados tradicionales; el 7% discotecas, bares, casinos bingos; el 7% escenarios para la práctica de deportes tradicionales y el 21% artes circenses.

### **Asociación comercial con otros proveedores de servicios turísticos**

Tabla 85. Asociación comercial servicios turísticos - Santa Marta

<b>Actores</b>	<b>Servicios Asociados Comercialmente</b>										
	Alojamiento	Restaurant e / Cafeterías	Guías profesionales, Baquianos intérpretes locales	Agencias de viajes	Servicio de transporte	Proveedores de experiencias de naturaleza o culturales	Servicios culturales y asociados	Deportes extremos (Turismo de aventura)	Unidades productivas	Oficinas de representación turística	Cultivadores de caña
1. CARLOS CAMACHO		Si									
2. CASA MARAN DE LA SIERRA											
3. DISTRIBUCIONES CAÑAVERAL SAS - RESTAURANTE SUBLIME											
4. LAYALI COCINA ÁRABE											

Actores	Servicios Asociados Comercialmente										
	Alojamiento	Restaurant e / Cafeterías	Guías profesionales, Baquianos intérpretes locales	Agencias de viajes	Servicio de transporte	Proveedores de experiencias de naturaleza o culturales	Servicios culturales y asociados	Deportes extremos (Turismo de aventura)	Unidades productivas	Oficinas de representación turística	Cultivadores de caña
5. FUNDACIÓN MUSEO BOLIVARIANO DE ARTE CONTEMPORÁNEO											
6. LA CASA DE LAS CULTURAS	Si			Si		Si					
7. KAKAW ORGANICO Y MUSEO DEL CACAO DE MINCA											
8. COMUNIDAD SUSTENTABLE COMUNIDAD PALOMINO											
9. SIIMONA		Si				Si	Si		Si		
10. OPERADORA TURÍSTICA WIJAN TOUR S.A.A	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si		Si		Si
11. OPERADORA TURÍSTICA WIJAN TOUR S.A.S	Si	Si	Si		Si	Si	Si		Si		Si
12. INVERSIONES VILLOTAS S.A.S	Si	Si	Si		Si	Si	Si		Si		Si
13. BEBIDAS ARTESANALES DOLYMAR		Si			Si						
14. GERARDO MENDOZA											



Actores	Servicios Asociados Comercialmente																																		
	Alojamiento	Restaurant e / Cafeterías	Guías profesionales, Baquianos intérpretes locales	Agencias de viajes	Servicio de transporte	Proveedores de experiencias de naturaleza o culturales	Servicios culturales y asociados	Deportes extremos (Turismo de aventura)	Unidades productivas	Oficinas de representación turística	Cultivadores de caña																								
<b>Análisis conjunto</b>	<b>Servicios asociados comercialmente</b> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Servicio</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cultivadores de caña</td> <td>21%</td> </tr> <tr> <td>Oficinas de representación turística</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Unidades productivas</td> <td>29%</td> </tr> <tr> <td>Deportes extremos (Turismo de aventura)</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>Servicios culturales y asociados</td> <td>36%</td> </tr> <tr> <td>Proveedores de experiencias de naturaleza o culturales</td> <td>36%</td> </tr> <tr> <td>Servicio de transporte</td> <td>29%</td> </tr> <tr> <td>Agencias de viajes</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>Guías profesionales, Baquianos intérpretes locales</td> <td>21%</td> </tr> <tr> <td>Restaurante / Cafeterías</td> <td>43%</td> </tr> <tr> <td>Alojamiento</td> <td>29%</td> </tr> </tbody> </table>											Servicio	Porcentaje	Cultivadores de caña	21%	Oficinas de representación turística	0%	Unidades productivas	29%	Deportes extremos (Turismo de aventura)	7%	Servicios culturales y asociados	36%	Proveedores de experiencias de naturaleza o culturales	36%	Servicio de transporte	29%	Agencias de viajes	14%	Guías profesionales, Baquianos intérpretes locales	21%	Restaurante / Cafeterías	43%	Alojamiento	29%
Servicio	Porcentaje																																		
Cultivadores de caña	21%																																		
Oficinas de representación turística	0%																																		
Unidades productivas	29%																																		
Deportes extremos (Turismo de aventura)	7%																																		
Servicios culturales y asociados	36%																																		
Proveedores de experiencias de naturaleza o culturales	36%																																		
Servicio de transporte	29%																																		
Agencias de viajes	14%																																		
Guías profesionales, Baquianos intérpretes locales	21%																																		
Restaurante / Cafeterías	43%																																		
Alojamiento	29%																																		
El 21% con, cultivadores de caña; el 43% de los actores están asociado comercialmente con restaurantes / cafeterías; el 29% con alojamientos; el 29% con otras unidades productivas; el 36% con otros servicios culturales; el 36% con experiencias de naturaleza o culturales; el 21% con guías profesionales, baquianos o intérpretes, el 29% con servicios de transporte, el 14% con agencias de viajes, el 7% con turismo de aventura. Finalmente, no se evidencia una asociación comercial con oficinas de representación turística.																																			
El grado de asociatividad comercial de los actores es alto.																																			



## Estética, infraestructura y señalética

Tabla 86. Estética, infraestructura y señalética - Santa Marta

Actores	Diseño	Señalética								Infraestructura	
		Inversión en diseño	Señales de emergencia o evacuación	Señales de condición segura	Señales contra incendios	Señales de demarcación fotoluminiscente	Señales de prohibición	Señales de precaución o señales de peligro	Señales de obligación	Parqueaderos e infraestructura	Batería de baño para visitantes
1. CARLOS CAMACHO	Si	Si		Si			Si				
2. CASA MARAN DE LA SIERRA											Si
3. DISTRIBUCIONES CAÑAVERAL SAS - RESTAURANTE SUBLIME	Si										Si
4. LAYALI COCINA ÁRABE											Si
5. FUNDACIÓN MUSEO BOLIVARIANO DE ARTE CONTEMPORÁNEO	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
6. LA CASA DE LAS CULTURAS	Si										
7. KAKAW ORGANICO Y MUSEO DEL CACAO DE MINCA	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si		
8. COMUNIDAD SUSTENTABLE COMUNIDAD PALOMINO	Si										
9. SIIMONA	Si	Si	Si	Si			Si		Si	Si	Si
10. OPERADORA TURÍSTICA WIJAN TOUR S.A.A	Si	Si	Si				Si	Si	Si		
11. OPERADORA TURÍSTICA WIJAN TOUR S.A.S	Si										
12. INVERSIONES VILLOTAS S.A.S	Si	Si	Si	Si		Si	Si	Si			
13. BEBIDAS ARTESANALES DOLYMAR	Si	Si	Si	Si			Si		Si		
14. GERARDO MENDOZA	Si										Si

Actores	Diseño	Señalética							Infraestructura																						
	Inversión en diseño	Señales de emergencia o evacuación	Señales de condición segura	Señales contra incendios	Señales de demarcación fotoluminiscente	Señales de prohibición	Señales de precaución o señales de peligro	Señales de obligación	Parqueaderos e infraestructura	Batería de baño para visitantes																					
<b>Análisis conjunto</b>																															
<p>Un 71% de los actores invierte en el diseño o estética de sus establecimientos o lugares de producción.</p> <p>Los principales sistemas de señalética que cuentan los actores son: 43% emergencia o evacuación; 36% contra incendios; 29% de prohibición; 36% de peligro; 29% de obligación; 36% de condición segura y 14% de demarcación fotoluminiscente.</p> <p>Sólo un 36% cuentan con batería de baño para visitantes y solo un 29% con parqueadero para visitantes.</p>																															
<p style="text-align: center;"><b>Estética, infraestructura y señalética</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Componente</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Batería de baño para visitantes</td> <td>36%</td> </tr> <tr> <td>Parqueaderos e infraestructura</td> <td>29%</td> </tr> <tr> <td>Señales de obligación</td> <td>29%</td> </tr> <tr> <td>Señales de precaución o señales de peligro</td> <td>36%</td> </tr> <tr> <td>Señales de prohibición</td> <td>29%</td> </tr> <tr> <td>Señales de demarcación fotoluminiscente</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>Señales contra incendios</td> <td>36%</td> </tr> <tr> <td>Señales de condición segura</td> <td>36%</td> </tr> <tr> <td>Señales de emergencia o evacuación</td> <td>43%</td> </tr> <tr> <td>Inversión en diseño</td> <td>71%</td> </tr> </tbody> </table>										Componente	Porcentaje	Batería de baño para visitantes	36%	Parqueaderos e infraestructura	29%	Señales de obligación	29%	Señales de precaución o señales de peligro	36%	Señales de prohibición	29%	Señales de demarcación fotoluminiscente	14%	Señales contra incendios	36%	Señales de condición segura	36%	Señales de emergencia o evacuación	43%	Inversión en diseño	71%
Componente	Porcentaje																														
Batería de baño para visitantes	36%																														
Parqueaderos e infraestructura	29%																														
Señales de obligación	29%																														
Señales de precaución o señales de peligro	36%																														
Señales de prohibición	29%																														
Señales de demarcación fotoluminiscente	14%																														
Señales contra incendios	36%																														
Señales de condición segura	36%																														
Señales de emergencia o evacuación	43%																														
Inversión en diseño	71%																														



## Sostenibilidad

Tabla 87. Sostenibilidad - Santa Marta

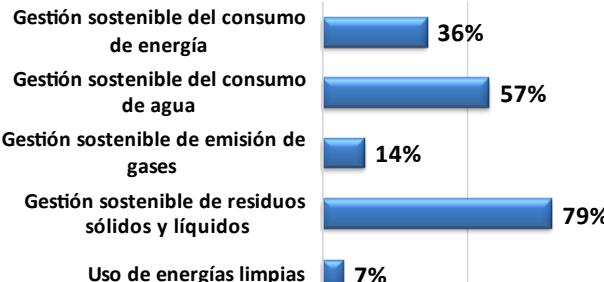
Actores	Herramientas de sostenibilidad				
	Uso de energías limpias	Gestión sostenible de residuos sólidos y líquidos	Gestión sostenible de emisión de gases.	Gestión sostenible del consumo de agua	Gestión sostenible del consumo de energía
1. CARLOS CAMACHO		Si	Si	Si	Si
2. CASA MARAN DE LA SIERRA					
3. DISTRIBUCIONES CAÑAVERAL SAS - RESTAURANTE SUBLIME		Si			
4. LAYALI COCINA ÁRABE					
5. FUNDACIÓN MUSEO BOLIVARIANO DE ARTE CONTEMPORÁNEO		Si			
6. LA CASA DE LAS CULTURAS		Si		Si	
7. KAKAW ORGANICO Y MUSEO DEL CACAO DE MINCA	Si	Si	Si	Si	Si
8. COMUNIDAD SUSTENTABLE COMUNIDAD PALOMINO		Si		Si	Si
9. SIIMONA		Si		Si	
10. OPERADORA TURÍSTICA WIJAN TOUR S.A.A		Si		Si	Si
11. OPERADORA TURÍSTICA WIJAN TOUR S.A.S		Si		Si	
12. INVERSIONES VILLOTAS S.A.S		Si			Si
13. BEBIDAS ARTESANALES DOLYMAR					
14. GERARDO MENDOZA		Si		Si	



#### Análisis conjunto

En cuanto a implementación de sostenibilidad en los procesos se distribuyen de la siguiente forma:  
 Un 79% de los actores implementan herramientas de gestión sostenible de residuos sólidos y líquidos.  
 Un 57%, hacen gestión sostenible del consumo de agua.  
 Un 36%, hacen gestión sostenible del consumo de energía.  
 Un 14%, hacen gestión sostenible de emisión de gases.  
 Un 7%, hacen gestión sostenible de uso de energías limpias.  
 .

#### Herramientas de sostenibilidad



#### Inclusión

Tabla 88. Inclusión - Santa Marta

Actores	Herramientas de inclusión		Herramienta							
	No	Si	Visualización de textos	Adaptación de lenguaje braille	Lenguaje de señas	Dispositivos multimedia de fácil acceso	Sistemas auditivos	Baños especializados	Rampas	Sillas de ruedas
1. CARLOS CAMACHO	No				Si	Si			Si	
2. CASA MARAN DE LA SIERRA	No									
3. DISTRIBUCIONES CAÑAVERAL SAS - RESTAURANTE SUBLIME	No								Si	
4. LAYALI COCINA ÁRABE	No									
5. FUNDACIÓN MUSEO BOLIVARIANO DE ARTE CONTEMPORÁNEO					Si		Si	Si		
6. LA CASA DE LAS CULTURAS										
7. KAKAW ORGANICO Y MUSEO DEL CACAO DE MINCA										
8. COMUNIDAD SUSTENTABLE COMUNIDAD PALOMINO										
9. SIIMONA								Si		
10. OPERADORA TURÍSTICA WIJAN TOUR S.A.A					Si					

**11. OPERADORA TURÍSTICA WIJAN TOUR S.A.S**

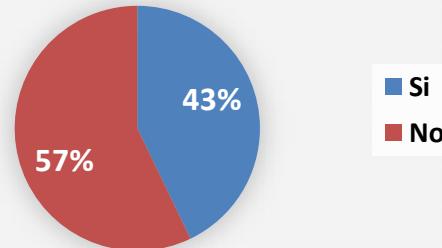
**12. INVERSIONES VILLOTAS S.A.S**

**13. BEBIDAS ARTESANALES DOLYMAR**

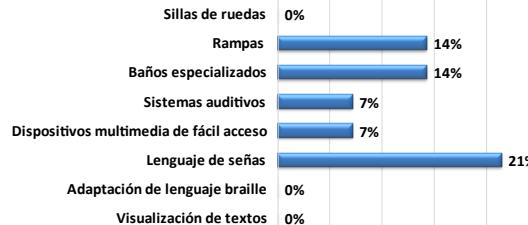
**14. GERARDO MENDOZA**

Si

### Herramientas de inclusión



### Herramientas de inclusión



### Análisis conjunto

Solo un 43% de los actores cuenta con alguna herramienta de inclusión: 14% rampas, 14% baños especializados, 7% sistemas auditivos, 7% dispositivos multimedia de fácil acceso, 21% lenguaje de señas. Un 57% de los actores no implementan herramientas de inclusión.

### Uso de Tics

Tabla 89. Uso de Tics - Santa Marta

Actores	Tienda online	Medios de Pago				
		Efectivo	Transferencia electrónica	Tarjeta crédito o débito (datafono)	Transferencia QR	Divisas Extranjeras
1. CARLOS CAMACHO	No	Si	Si	Si	Si	
2. CASA MARAN DE LA SIERRA	No					
3. DISTRIBUCIONES CAÑAVERAL SAS - RESTAURANTE SUBLIME	Si	Si	Si	Si	Si	Si
4. LAYALI COCINA ÁRABE	No					
5. FUNDACIÓN MUSEO BOLIVARIANO DE ARTE CONTEMPORÁNEO	Si	Si	Si	Si		Si
6. LA CASA DE LAS CULTURAS	Si	Si	Si			

<b>7.</b> KAKAW ORGANICO Y MUSEO DEL CACAO DE MINCA	No	Si	Si	Si	Si	Si
<b>8.</b> COMUNIDAD SUSTENTABLE COMUNIDAD PALOMINO	No	Si	Si		Si	
<b>9.</b> SIIMONA	Si	Si	Si	Si	Si	Si
<b>10.</b> OPERADORA TURÍSTICA WIJAN TOUR S.A.A	Si	Si	Si	Si	Si	Si
<b>11.</b> OPERADORA TURÍSTICA WIJAN TOUR S.A.S	Si	Si	Si		Si	Si
<b>12.</b> INVERSIONES VILLOTAS S.A.S	Si	Si	Si	Si	Si	
<b>13.</b> BEBIDAS ARTESANALES DOLYMAR	No	Si	Si			Si
<b>14.</b> GERARDO MENDOZA	Si	Si	Si		Si	

#### Análisis conjunto

El 57% de los actores cuenta con una tienda online.

Los medios de pago aceptados por los actores son: el 86% efectivo; el 86% transferencias electrónicas; el 50% datáfono para tarjetas de crédito o débito; el 64% cuentan con código QR para transferencias; y el 50% recibe divisas extranjeras.

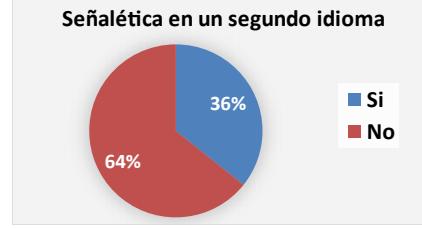
#### Comercialización



#### Bilingüismo

Tabla 90. Bilingüismo - Santa Marta

Actores	Señalética en segundo idioma	Idioma de señalética	# empleados bilingües	Información de productos y servicios en un segundo idioma
<b>1.</b> CARLOS CAMACHO	No			Si
<b>2.</b> CASA MARAN DE LA SIERRA	No			
<b>3.</b> DISTRIBUCIONES CAÑAVERAL SAS - RESTAURANTE SUBLIME	Si	Inglés		Si
<b>4.</b> LAYALI COCINA ÁRABE	No			No
<b>5.</b> FUNDACIÓN MUSEO BOLIVARIANO DE ARTE	Si	Inglés		Si

CONTEMPORÁNEO										
6. LA CASA DE LAS CULTURAS	No			No						
7. KAKAW ORGANICO Y MUSEO DEL CACAO DE MINCA	No			No						
8. COMUNIDAD SUSTENTABLE COMUNIDAD PALOMINO	No			No						
9. SIIMONA	Si	Ingles		No						
10. OPERADORA TURÍSTICA WIJAN TOUR S.A.A	No			Si						
11. OPERADORA TURÍSTICA WIJAN TOUR S.A.S	No			Si						
12. INVERSIONES VILLOTAS S.A.S	Si	ingles		No						
13. BEBIDAS ARTESANALES DOLYMAR	Si	Inglés		No						
14. GERARDO MENDOZA	No			No						
<b>Análisis conjunto</b>										
El 64% de los actores no cuenta con señalética en un segundo idioma.										
El 64% de los actores no cuenta con información de sus productos en un segundo idioma.										
Ningún actor cuenta con personal que domine un segundo idioma.										
Sólo 5 actores cuentan con información de productos y servicios en un segundo idioma.										
Sólo 5 actores cuentan con señalética en otro idioma (inglés).										
 <p>Señalética en un segundo idioma</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Si</td> <td>36%</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>64%</td> </tr> </tbody> </table>					Categoría	Porcentaje	Si	36%	No	64%
Categoría	Porcentaje									
Si	36%									
No	64%									
 <p>Información en un segundo idioma</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Si</td> <td>36%</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>64%</td> </tr> </tbody> </table>					Categoría	Porcentaje	Si	36%	No	64%
Categoría	Porcentaje									
Si	36%									
No	64%									

## Experiencia turística potencial

Tabla 91. Experiencia turística potencial - Santa Marta

Actores	¿Su actividad es una experiencia turística?		Experiencia potencial a vincular
	No	Si	
1. CARLOS CAMACHO – RESTAURANTE SUA PALOMINO		x	Visita al Restaurante SUA en la calle turística de Palomino en donde se podrá realizar la cata de licores artesanales derivados de mieles paneleras
2. CASA MARAN DE LA SIERRA – CAVA BONDIGUA		x	Cuenta con una producción semi industrializada de vinos y vinetos, con un espacio para adentrar al público dentro de su producción y conocer como endulza el vino especial de panela.

<b>3.</b> DISTRIBUCIONES CAÑAVERAL SAS - RESTAURANTE SUBLIME	x		
<b>4.</b> RESTAURANTE LAYALI COCINA ÁRABE	x		
<b>5.</b> FUNDACIÓN MUSEO BOLIVARIANO DE ARTE CONTEMPORÁNEO	x		
<b>6.</b> LA CASA DE LAS CULTURAS – MUSEO DE GINNY		x	Visita a la casa museo en Palomino, donde se puede observar la historia de las comunidades indígenas de la sierra nevada de santa marta, y la posibilidad de probar medicina ancestral elaborada a partir del chirrinche bebida tradicional indígena.
<b>7.</b> KAKAW ORGANICO Y MUSEO DEL CACAO DE MINCA		x	Visita al museo del Cacao en Minca, Santa Marta en donde se puede experimentar el aprendizaje de la fabricación de chocolate artesanal endulzado con panela indígena.
<b>8.</b> COMUNIDAD SUSTENTABLE COMUNIDAD PALOMINO – RESTAURANTE TURCOLANDIA (GUANDOLOS)		x	Visita al restaurante Turcolandia ubicado en Palomino, en donde se puede tomar la bebida típica de Santa Marta el Guandolo, además de deleitar la variedad gastronómica enteramente endulzada con panela indígena.
<b>9.</b> SIIMONA – RESTAURANTE EN PALOMINO	x		
<b>10.</b> OPERADORA TURÍSTICA WIJAN TOUR S.A.A - ANETH		x	Experiencia de visita a la comunidad indígena Kogui en donde se encuentra un trapiche artesanal manual, producción de la panela indígena, y destilación de la bebida tradicional Chirinchí.
<b>11.</b> OPERADORA TURÍSTICA WIJAN TOUR S.A.S	x		
<b>12.</b> INVERSIONES VILLOTAS S.A.S - Maria Elena Muñoz Acostas	x		
<b>13.</b> BEBIDAS ARTESANALES DOLYMAR		x	Producción de Ron de San Andrés en la zona de tigrera de Santa Marta rumbo a Minca, explica los procesos de producción y comercialización de un Ron producido de manera artesanal.
<b>14.</b> GERARDO MENDOZA – GASEOSA PALOMINO	x		



### **Valoración de los actores con potencial de integrarse a la ruta en Santa Marta**

La siguiente tabla sintetiza la valoración numérica que los actores caracterizados obtuvieron en las diferentes dimensiones de análisis. Los actores calificados con 90 o más puntos, son los que integrarán la siguiente fase de diseño de la ruta:

Tabla 92. Valoración de los actores - Santa Marta

<b>Actores</b>	<b>Perfil y Formalidad</b>	<b>Ubicación y accesibilidad</b>	<b>Servicios turísticos</b>	<b>Servicios complementarios</b>	<b>Asociación con prestadores</b>	<b>Estética, infraestructura y señalética</b>	<b>Sostenibilidad</b>	<b>Inclusión</b>	<b>Uso de tics</b>	<b>Bilingüismo</b>	<b>Experiencia turística potencial</b>	<b>TOTAL</b>
<b>1. CARLOS CAMACHO</b>	8,7	8,7	8,5	10	8,5	7,7	9,5	8	8,8	8,0	10	<b>96,4</b>
<b>2. CASA MARAN DE LA SIERRA</b>	7,3	10,0	8	8	8	7,9	7,5	8	7,8	8,0	0	<b>80,5</b>
<b>3. DISTRIBUCIONES CAÑAVERAL SAS - RESTAURANTE SUBLIME</b>	10,0	10,0	8	9	8	8,5	8	8	10,0	8,7	10	<b>98,2</b>
<b>4. LAYALI COCINA ÁRABE</b>	7,3	10,0	8	8	8	7,9	7,5	8	7,8	8,0	0	<b>80,5</b>
<b>5. FUNDACIÓN MUSEO BOLIVARIANO DE ARTE CONTEMPORÁNEO</b>	10,0	10,0	8	9,5	8	10,0	8	10	9,8	8,7	10	<b>102</b>
<b>6. LA CASA DE LAS CULTURAS</b>	7,3	9,0	9,5	8,5	9,5	7,5	8,5	10	9,3	8,7	10	<b>97,8</b>
<b>7. KAKAW ORGÁNICO Y MUSEO DEL CACAO DE MINCA</b>	8,7	9,3	8	8,5	8	9,0	10	10	9,0	8,0	10	<b>98,5</b>
<b>8. COMUNIDAD SUSTENTABLE COMUNIDAD</b>	10,0	9,7	8	8,5	8	7,5	9	10	8,5	8,0	10	<b>97,2</b>

PALOMINO														
9. SIIMONA	9,0	10,0	10	10	10	9,8	8,5	10	10,	0	8,7	10	<b>106</b>	
10. OPERADORA TURÍSTICA WIJAN TOUR S.A.A	8,7	8,3	10	9,5	10	8,8	9	10	10,	0	8,0	10	<b>102,</b> <b>3</b>	
11. OPERADORA TURÍSTICA WIJAN TOUR S.A.S	8,7	8,3	10	10	10	7,5	8,5	10	9,8	8,0	0	0	<b>90,8</b>	
12. INVERSIONES VILLOTAS S.A.S	9,0	10,0	10	9,5	10	7,9	8,5	10	9,8	9,3	10	10	<b>104</b>	
13. BEBIDAS ARTESANALES DOLYMAR	8,7	9,0	9	8	9	8,8	7,5	10	8,5	8,7	10	10	<b>97,2</b>	
14. GERARDO MENDOZA	6,7	8,0	8	9	8	8,5	8,5	10	9,5	8,0	0	0	<b>84,2</b>	

## Anexos

En el siguiente hipervínculo podrá encontrar todas las preguntas y respuestas de los actores a la entrevista de caracterización:

### [Entregable 3 \(d\)](#)



