



**LA
INCUBADORA**

TURISMO Y PATRIMONIO CON ENFOQUE SOLIDARIO

CADENA DE VALOR

TURISMO CULTURAL SOLIDARIO

Cuaderno 06: Generalidades

Ma. Augusta Orellana-Alvear





¿Qué información me brinda este cuaderno?

CASOS EMBLEMÁTICOS

Ejemplos exitosos de emprendimientos en turismo y patrimonio en las provincias locales, a nivel nacional e internacional.

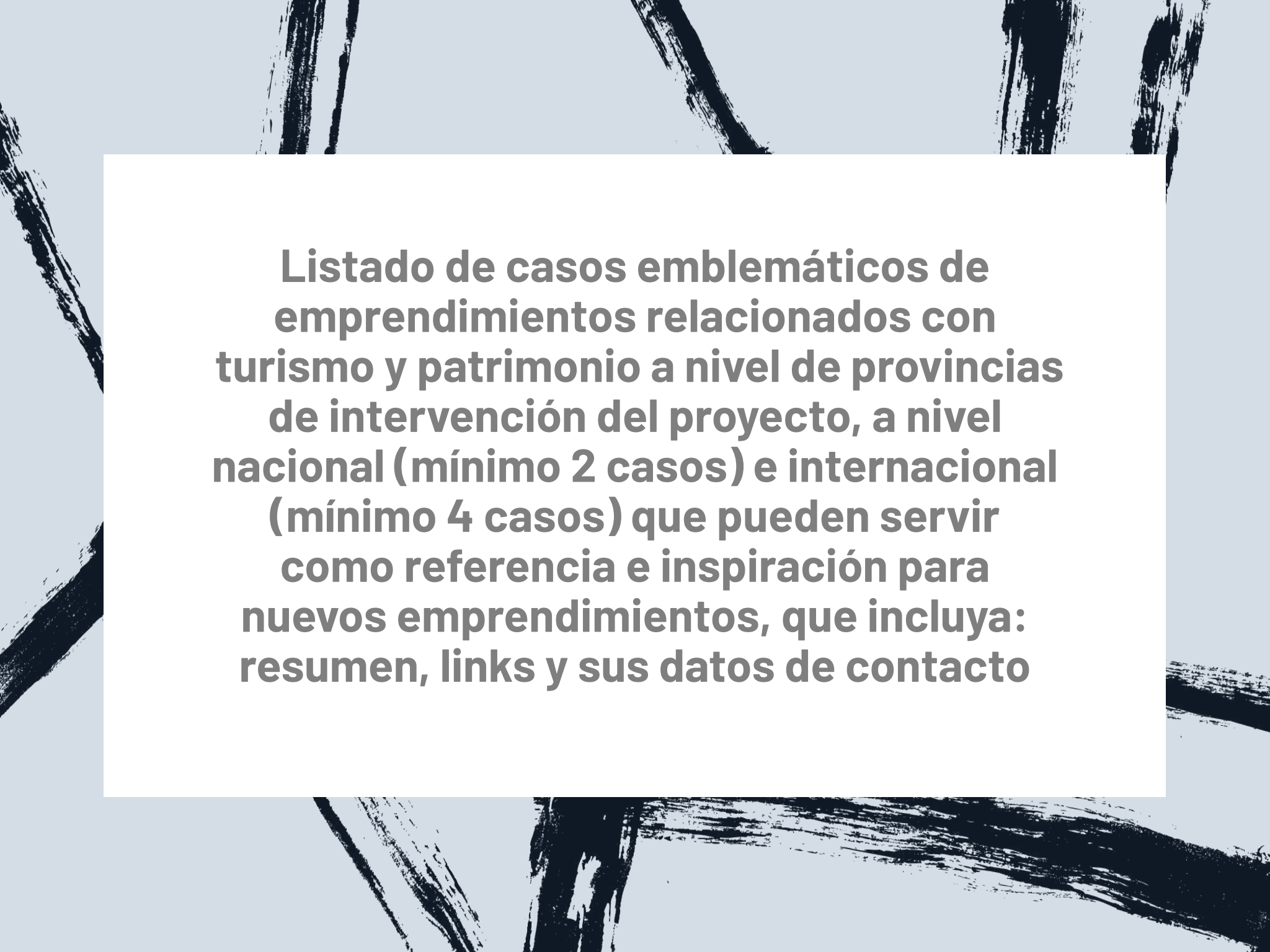
RESULTADOS COMPARATIVOS DE POTENCIALIDAD TURÍSTICA PROVINCIAL

Se presentarán los resultados comparativos de la potencialidad turística provincial. Este enfoque permitirá evaluar y comparar el desempeño turístico de las provincias de estudio, identificando fortalezas, oportunidades de mejora que pueden ser adoptadas para incrementar la competitividad y efectividad en el desarrollo turístico patrimonial.

CADENA DE VALOR DEL TURISMO CULTURAL SOLIDARIO

ECOSISTEMA SOLIDARIO (PRINCIPIOS EPS)





Listado de casos emblemáticos de emprendimientos relacionados con turismo y patrimonio a nivel de provincias de intervención del proyecto, a nivel nacional (mínimo 2 casos) e internacional (mínimo 4 casos) que pueden servir como referencia e inspiración para nuevos emprendimientos, que incluya: resumen, links y sus datos de contacto

CASOS PROVINCIALES

1. Curú
2. SaraUrku
3. Bocavaldivia
4. Yunguilla

Provincia de intervención: AZUAY

Emprendimiento: Curú Restaurante



Resumen:

Ubicado en la ciudad de Cuenca, provincia del Azuay, el restaurante Curú emerge como un modelo innovador en la industria culinaria. Fundado en 2022 por Sebastián Martínez y Stephanie Ordoñez, Curú se define bajo la democratización de la alta cocina, proporcionando menús asequibles que fusionan ingredientes locales y técnicas modernas.

Patrimonio y cultura

- ✓ Patrimonio Culinario: La cocina de Curú integra técnicas ancestrales con métodos contemporáneos para ofrecer una experiencia que resalta los sabores locales.
- ✓ Ubicación Histórica: El Complejo Patrimonial Todos Santos añade valor al proporcionar un contexto cultural auténtico.

Al democratizar la alta cocina, Curú ha logrado ofrecer una experiencia asequible e inclusiva, alineada con las tendencias contemporáneas. Su enfoque en la autenticidad, calidad y accesibilidad ha permitido que su marca se destaque en el mercado gastronómico de Cuenca.

Link: <https://todosantoscuenca.com/curu/>

Contacto: 0994139861



Provincia de intervención: LOJA

Emprendimiento: SaraUrku Operadora de Turismo



Resumen:

Ubicado en la comunidad de Saraguro, provincia de Loja, SaraUrku operadora de turismo aprovecha para la elaboración de sus paquetes turísticos la riqueza cultural y natural de la región. El patrimonio inmaterial de la comunidad, que incluye tradiciones culturales y costumbres, es el corazón de la experiencia.

Patrimonio y cultura

- ✓ Diseño de paquetes turísticos que involucren a las comunidades directamente (gastronomía, prácticas ancestrales, limpias, mingas, siembra, cosecha, etc).
- ✓ Participación en prácticas agrícolas, talleres culturales y gastronomía local, inclusión de mingas comunitarias donde los visitantes colaboran en actividades cotidianas con las familias locales.

SaraUrku operadora de turismo se basa en un enfoque holístico que integra la innovación, la sostenibilidad y la autenticidad de la cultura Saraguro, brindando una experiencia turística que deleita a los visitantes y fortalece a las comunidades locales. Al respetar y poner en valor el patrimonio cultural, así como al promover la participación comunitaria, este proyecto se ha convertido en un ejemplo destacado de turismo comunitario en Ecuador.

Link: <https://saraurku.com/>

Contacto: 0984095657



Provincia de intervención: MANABÍ

Emprendimiento: Bocavaldivia Restaurante



Resumen:

Ubicado en la comunidad de Puerto Cayo, provincia de Manabí, Bocavaldivia fundamenta su propuesta gastronómica cultural en el turismo sostenible, presentando prácticas que armonizan el beneficio económico de la comunidad local con la protección del entorno.

Patrimonio y cultura

- ✓ Valora el entorno costero y minimiza el impacto en la biodiversidad local haciendo uso de productos km cero.
- ✓ Refleja la cultura local y promueve ingredientes y recetas tradicionales.
- ✓ Impulsa la economía local y crea un vínculo entre el turismo y la pesca artesanal.
- ✓ Ofrece hospitalidad y artesanías tradicionales de Manabí.
- ✓ Fortalece la identidad cultural de la comunidad.

Bocavaldivia representa un modelo ejemplar de cómo la gastronomía cultural puede entrelazarse con el turismo sostenible para beneficiar tanto a la comunidad local como al medio ambiente. Este enfoque enfatiza la valoración y conservación del entorno costero y la biodiversidad local mediante el uso de productos de proximidad. Promueve ingredientes y recetas tradicionales, preserva y celebra la rica identidad cultural de Manabí.

Link: <https://www.bocavaldivia.earth/>

Contacto: 0979675277



Provincia de intervención: PICHINCHA

Emprendimiento: Yunguilla Travel



Resumen:

Ubicado al noroccidente de Quito, provincia de Pichincha, se encuentra el emprendimiento Yunguilla Travel, comunidad andina que ha utilizado el capital social y cultural para promover el desarrollo económico a través del turismo comunitario. Ha transformado su economía tradicional agropecuaria hacia actividades turísticas, aprovechando su rica biodiversidad como parte del Chocó Andino.

Patrimonio y cultura

- ✓ Cultura Comunitaria: Principios de confianza, cooperación y reciprocidad.
- ✓ Actividades Tradicionales: Agricultura y ganadería complementadas con turismo.
- ✓ Proyectos Productivos: Elaboración de productos lácteos y mermeladas, artesanías.

Yunguilla evidencia que el turismo comunitario, sustentado en el capital social y patrimonial, puede ser una vía efectiva para mejorar las condiciones de vida de las comunidades rurales. La adopción de un modelo de desarrollo que integra la conservación del patrimonio natural y cultural, junto con la participación de los miembros de la comunidad, ha permitido a Yunguilla lograr una estabilidad económica sostenible a lo largo del tiempo.

Link: <https://yunguilla.travel/>

Contacto: 0980215476





CASOS NACIONALES

1. Asociación de Mujeres Waorani de la Amazonia Ecuatoriana (AMWAE)
2. Comuna de Agua Blanca

CASO NACIONAL: Pastaza

Emprendimiento: Asociación de Mujeres Waorani de la Amazonia Ecuatoriana (AMWAE)



Resumen:

Esta asociación ubicada en el Yasuní fue fundada en 2005 para enfrentar la caza furtiva y promover el desarrollo sostenible. AMWAE se enfoca en el cultivo orgánico de cacao, la producción de artesanías de palma de chambira y la venta de plántulas de árboles para la reforestación. Sus emprendimientos han permitido el empoderamiento de las mujeres Waorani proporcionándoles ingresos, promoviendo su participación política y cultural y fortaleciendo la economía local mediante la diversificación de medios de subsistencia.

Patrimonio y cultura

- ✓ Chakras Tradicionales y prácticas agrícolas ancestrales Waorani.
- ✓ Artesanías de Palma de Chambira como canastos, bolsas y hamacas.
- ✓ Bisutería con semillas nativas de la selva amazónica.
- ✓ Publicaciones y Materiales Audiovisuales que documentan los conocimientos etnobotánicos y tradiciones culturales de los saberes Waorani.
- ✓ Promoción de la filosofía indígena Sumak Kawsay, el 'buen vivir'.

En conjunto, estas iniciativas han contribuido al desarrollo económico sostenible de la comunidad Waorani, fortaleciendo su identidad cultural y promoviendo la conservación ambiental.

Link: <https://www.amwae.org/>

Contacto: 0994221992



CASO NACIONAL: Manabí

Emprendimiento: Comuna de Agua Blanca

Resumen:



Ubicada en el cantón Puerto López, provincia de Manabí, es un ejemplo emblemático de turismo cultural y patrimonial en Ecuador. Desde 1978, la comunidad ha desarrollado actividades turísticas, inicialmente impulsadas por la presencia de arqueólogos e investigadores extranjeros. La comunidad se ha organizado en torno al "comité arqueológico" para aprovechar los recursos naturales y culturales.

Patrimonio y cultura

- ✓ Museo Arqueológico: Exhibe artefactos y restos de la cultura precolombina.
- ✓ Ruinas Arqueológicas: Incluyen la casa del Señorío de Salangome, estructuras de piedra que datan de tiempos pre-incásicos.
- ✓ Laguna de Agua Sulfurosa: Con propiedades medicinales

El éxito de la Comunidad Agua Blanca en la gestión del patrimonio cultural y patrimonial se debe a su organización comunitaria, capacitación local, conservación sostenible, diversificación de la oferta turística y promoción. La creación del "comité arqueológico" y la participación de la comunidad han mejorado la administración y la calidad del servicio turístico. Estos esfuerzos han permitido preservar la riqueza cultural y natural.

Link: <https://www.comunidadaguablanca.net/>

Contacto: 0994434864





CASOS INTERNACIONALES

1. Kantemó
2. Wiwa Tours
3. Pallay
4. Grafitour

CASO INTERNACIONAL: México

Emprendimiento: Kantemó

Resumen:

Una cooperativa social con más de 15 años en turismo de aventura, permite observar serpientes colgantes y una diversidad de aves en Kantemó, Quintana Roo. Inaugurada en 2003, está integrada por 52 socios que trabajan en diversos roles, desde la cocina hasta guías de naturaleza, contribuyendo al desarrollo turístico y cultural de su comunidad.

Recursos de patrimonio y cultura

- ✓ La propuesta de valor del proyecto ecoturístico de Kantemo, se basa en el ecoturismo, en donde lleva directamente a la educación ambiental, a través de sesiones informativas y de sensibilización para la conservación del medio ambiente, el cuidado de la flora y fauna del lugar, la prohibición de su extracción y el manejo adecuado de los residuos sólidos, dirigidas a los visitantes y a los pobladores de Kantemo, siendo el ecoturismo, un camino para conocer, valorar y proteger la gran diversidad natural y cultural y promover el desarrollo en las comunidades anfitrionas
- ✓ El Proyecto Kantemo, está vinculado directamente con la Alianza Peninsular para el Turismo Comunitarios, en donde esta unión busca fortalecer el turismo en comunidades rurales, integrando a cuatro redes: Campeche, Yucatán y Quintana Roo, en la misma organización se visualiza una página en donde se manejan, permiten que la comunidad sea visible en línea, alcanzando a potenciales visitantes de todo el mundo. Esto facilita que los turistas puedan encontrar información sobre las experiencias únicas que ofrece la comunidad.

Con este tipo de proyectos ecoturísticas, genera ingresos para las comunidades locales (indígenas), incentivando la preservación de su patrimonio natural y cultural; ofreciendo oportunidades educativas sobre la importancia de la conservación y el respeto por el medio ambiente, tanto a turistas como a residentes locales.

Link: <https://www.viajaturismocomunitario.com/beej-kaax-ha-kantemo>

Contacto: +52 1 981 117 1520



CASO INTERNACIONAL: Perú



Emprendimiento: Pallay

Resumen:

Fundado en el año 2014, Pallay promueve los "Vínculos Sostenibles" la preservación de saberes textiles ancestrales y empodera a tejedoras altoandinas. Implementamos proyectos como Fito toldos, capacitaciones en agricultura y zonas de tejido, además de actividades educativas para niños. Preparamos a la comunidad para el turismo vivencial, compartiendo su cultura y generando ingresos adicionales mediante la exposición de sus habilidades y estilos de vida.

El modelo de Pallay en Perú combina comercio justo y sostenibilidad, usando materiales naturales y técnicas ecoamigables para producir textiles artesanales, conectando tradición ancestral con consumidores conscientes.

- ✓ "Pallay", que significa "tejer juntos" en quechua, representa la colaboración y unión en comunidades locales que participan activamente en la toma de decisiones y ejecución de proyectos. Este modelo promueve la cultura tradicional y la protección ambiental

Recursos Clave y Actividades Principales

- ✓ A través de la comercialización de prendas que incorporan prácticas ancestrales, Pallay Perú genera oportunidades económicas para las tejedoras locales, beneficiando tanto a las artesanas como al socio comercial y fomentando el desarrollo económico local.
- ✓ Pallay Perú integra innovaciones en la comercialización y distribución de sus productos, utilizando plataformas en línea y desarrollando nuevos productos que respetan las prácticas ancestrales mientras se adaptan a gustos y necesidades contemporáneos. Esto impulsa la innovación en productos, procesos y servicios.
- ✓ La colaboración con las comunidades asegura que la comercialización de las prácticas ancestrales sea sostenible y respetuosa con el medio ambiente, promoviendo modelos de negocio que protejan los recursos naturales.
- ✓ Al involucrar activamente a las comunidades en el proceso de comercialización e innovación, Pallay Perú las empodera y reconoce como socios, fortaleciendo el tejido social y promoviendo un sentido de orgullo y pertenencia que contribuye al bienestar general de las comunidades.

Conclusión.

Es un modelo de gestión público comunitario que permite cubrir las diferentes fases de producción a cargo de las comunidades, comercialización la parte privada, lo cual ha permitido que tengan una sostenibilidad en el tiempo, actualmente permite preservar la técnica ancestral del telar de cintura y que las tejedoras sigan generando ingresos y aportando a su canasta familiar a través de su arte textil.

Link: <https://pallay.pe/>

Contacto: +51 943 748702

Instagram

CASO INTERNACIONAL: Colombia

Emprendimiento: Grafitour

Resumen:



Casa Kolacho es un centro cultural de Hip Hop en la Comuna 13 de Medellín, dirigido por C15 y Camaleón producciones, impulsores de festivales y el proyecto "Territorio de Artistas". GRAFFITOUR en la Comuna 13 de Medellín es un recorrido histórico, estético y político. Artistas del Hip Hop local usan el grafiti para expresar historias de esperanza y lucha por mejores condiciones de vida, además de relatar las inequidades y violencias históricas que persisten en la comunidad.

Ubicación Histórica: La casa de Kolacho, es denominada así gracias al rapero Héctor Pacheco "Kolacho", habitante de la comuna 13, quien fue asesinado debido a ser el impulsor del arte y cultura de las nuevas generaciones de raperos quienes se unieron usando la música y el arte como armas contra la violencia presente en el barrio.

- ✓ Activismo vinculado con el arte y la cultura del hip hop: Sus jóvenes de la comuna, decidieron contar que su barrio es algo más que asesinatos y droga, pues surge el rap, el graffiti y el break dance.
- ✓ Turismo Comunitario: Iniciativas de gran impacto como el Graffitour (rutas turísticas por la comuna a través del arte urbano) surge, el turismo comunitario y la economía circular como alternativa de vida en este barrio popular víctima de violencias de todo tipo.

Recursos Clave y Actividades Principales

- ✓ La propuesta de valor de la casa de Kolacho, se enfoca en la creación de una corporación que trabaja en el hip-hop que incluye música con dj, rap, graffiti y break dance, siendo un estilo de vida como mecanismo de transformación social, cultural, política e histórica del territorio.
- ✓ En el año 2011 se crea el Graffitour, que, si bien al principio era un taller tour que se diseña para dar a conocer la Comuna 13 desde la historia, la memoria y la vivencia cotidiana del territorio, se fue convirtiendo en una estrategia fundamental para la autogestión como grupo. La Casa Kolacho se sostiene y trabaja y desde lo económico y desde los proyectos de autogestión, con tiendas, eventos y con el café se fortalece el emprendimiento cultural.

Es importante destacar, la gran importancia que ha tenido este proyecto que tiene su base en características sociales y el contexto histórico, que ha logrado posicionarse en uno de los proyectos turísticos más grandes a través del arte y cultura urbana.

Link: <https://xiomyquinte.wixsite.com/casakolacho/nosotros>

Contacto: +57 311 3473131

Análisis General

Las provincias de Azuay, Loja y Pichincha evidencian un fuerte potencial turístico. Sin embargo, tanto Azuay como Loja requieren fortalecer sus procesos de comercialización y mejora en temas de vialidad y servicios básicos, sobre todo en atención a la ruralidad

Manabí, cuenta con los recursos para ser un potencial turístico. Sin embargo, la cadena de valor de turismo patrimonial no ha sido fortalecida, sumada a la atención de vialidad y servicios básicos que debe ser atendida para que se desconcentre el turismo de sol y playa.

Para las 4 provincias, la seguridad es un punto en contra, principalmente para Pichincha y Manabí, afectando la decisión de viaje del turista.

A pesar de esto, las provincias de Azuay y Loja se apalancan de este cambio de decisión del turista, y receptan turismo basado en la percepción de seguridad del viajero.

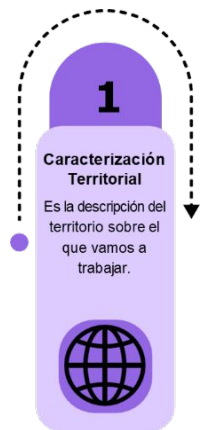


Azuay

Loja

Manabí

Pichincha



Potencialidades: Las provincias de Azuay, Loja, Manabí cuentan con aeropuertos nacionales lo que implica una fortaleza en su conectividad, también se evidencia para las cuatro provincias un nivel alto en su patrimonio cultural material e inmaterial que se cristalizan en sus reconocimientos nacionales e internacionales. Es importante resaltar que se cuenta con proveedores de cultura a niveles cantonales y parroquiales y que se identifican en el RUAC y en la Economía Popular y Solidaria. En cuanto a servicios básicos las provincias de Azuay, Loja y Pichincha presentan un nivel alto en su cobertura.

Limitaciones: Para las cuatro provincias la percepción de seguridad impacta directamente a los flujos de turismo, su valoración es media para Loja y Pichincha, baja para la provincia de Manabí y alta para el Azuay. Las limitaciones de estados de vías se hacen evidentes en las áreas rurales, obteniendo como resultado una valoración media y baja para las cuatro provincias. Manabí tiene una valoración baja en temas de Salud y Servicios Básicos quedando por debajo de las provincias de intervención de esta consultoría.



Potencialidades: Las cuatro provincias mencionadas en este estudio cuentan con una amplia planta turística concentrada en los núcleos urbanos que son focos de conectividad turística. Las cuatro provincias cuentan con alojamientos no convencionales como Airbnb que proliferan alrededor de atractivos turísticos culturales, exceptuando por Manabí. La oferta de Alimentos y Bebidas es variada en todas las provincias. Pichincha ha fortalecido a sus operadoras de turismo.

Limitaciones: Manabí concentra su planta turística en base a la demanda de sol y playa concentrando su oferta en la zona costera sin aprovechar las bondades del turismo cultural. La duplicidad de registros de Airbnb genera una mala imagen y desconfianza para el visitante. La oferta de Entretenimiento y Organizadores de eventos no incluyen características culturales. Las áreas rurales carecen del desarrollo de una planta turística sólida. Las tres provincias tienen poca capacidad de operación turística, esta se concentra en Pichincha.



Azuay:

Patrimonio
Historia
Tradiciones
Paisaje arquitectónico
Gastronomía
Salud

Loja:

Turismo Comunitario
Turismo Religioso
Festival de las Artes
Prácticas agrícolas (café)
Naturaleza

Manabí:

Gastronomía
Leyendas
Historia
Turismo de sol y playa

Pichincha:

Turismo de eventos
Arquitectura
Tradiciones
Celebraciones religiosas
Festivales



Potencialidades: Las provincias de Pichincha y Loja han posicionado varios de sus productos turísticos culturales y patrimoniales a nivel nacional. Este estudio, identificó mediante entrevistas a operadoras y agencias de viaje turísticas que el posicionamiento de estos productos es útil para el empaquetamiento de viajes y permite la innovación de actividades para el visitante.

Limitaciones: La provincia de Azuay cuenta con pocos productos turísticos culturales en desarrollo y Manabí se ve limitado por el turismo masivo con enfoque de sol y playa impidiendo que el patrimonio y la cultura se consolide como atractivos y por ende como productos turísticos. Los Gobiernos Autónomos Descentralizados no se enfocan a la potenciación de los atractivos y circuitos turísticos. Creación de rutas turísticas sin la participación de las comunidades y actores involucrados.



Potencialidades: Las ciudades de Quito y Cuenca se han convertido en nodos de desarrollo turístico, parte de su éxito se debe al esfuerzo que sus municipios han realizado en cuanto a diferenciar las redes sociales institucionales y las turísticas, focalizando aún más a una demanda específica que usan redes sociales, esto permite el posicionamiento del territorio como destino. Manabí y Loja apuestan a la promoción en medios convencionales como revistas y Tv.

Limitaciones: Innovación y desarrollo en la promoción de productos turísticos culturales. Desaprovechamiento del uso de tecnología y marketing digital. Ausencia de estrategias de promoción y campañas turísticas. Ausencia de datos oficiales para establecer estrategias de marketing y promoción focalizadas.



Potencialidades: La provincia de Pichincha consolida sus estrategias de comercialización mediante los actores Quito Turismo, Ministerio de Turismo, Gobierno Provincial y operadoras turísticas privadas quienes, participan en ferias turísticas nacionales e internacionales. La provincia del Azuay también hace presencia a nivel nacional e internacional en estas ferias de turismo. Sin embargo, la provincia de Manabí ha tenido mayor presencia en ferias de turismo nacional. Para la provincia de Loja las estrategias de comercialización y distribución varían, estas se enfocan mayoritariamente en el posicionamiento de festivales y turismo religioso.

Limitaciones: Las estrategias de comercialización dependen del gerenciamiento o directriz política, fragmentando estrategias de comercialización a largo plazo, esto impide un posicionamiento real de los productos patrimoniales culturales.



Azuay	
1	2 y 3 de Noviembre
2	Carnaval
3	10 de Agosto

Demanda potencial:
Residentes Extranjeros

Loja	
1	Carnaval
2	2 y 3 de Noviembre
3	10 de Agosto

Demanda potencial:
Turismo religioso, y cultural.
Principalmente mujeres entre 36 y 43 años

Manabí	
1	Carnaval
2	2 y 3 de Noviembre
3	Fin de año

Demanda potencial:
Principalmente de Pichincha entre 25 y 54 años.

Pichincha	
1	Carnaval
2	Semana Santa
3	10 de Agosto

Demanda potencial:
Internacional Estados Unidos, Colombia y España.

Recomendaciones Generales

Sector Público:

- ✓ Ahondar esfuerzos para optimizar la infraestructura territorial, la investigación de mercados y potenciar los atractivos turísticos culturales de jerarquía II y III para promover la inversión y el emprendimiento social.
- ✓ El patrimonio cultural material e inmaterial requiere de atención de proyectos gubernamentales para que estos sean aprovechados por emprendedores.
- ✓ Conectar de mejor manera los eslabones de Promoción, Comercialización y Demanda para promover los productos turísticos culturales del territorio y brindar a los emprendedores nuevas oportunidades de desarrollo e innovación.
- ✓ Conectar territorios mediante el desarrollo de circuitos turísticos Inter cantonales y rutas turísticas interprovinciales, optimizando los asentamientos de servicios turísticos como alojamiento y restauración.
- ✓ Trabajar en el desarrollo de nuevos territorios en el que se asientan atractivos turísticos culturales de jerarquía I.

Asociaciones, emprendedores, sector privado:

- ✓ Vincularse con el sector público para aunar esfuerzos en cuanto a presencia de ferias nacionales e internacionales, esto permite que el territorio se visibilice a nivel nacional, motivando el desplazamiento de la demanda.
- ✓ Registrar la información de atractivos turísticos desarrollados de los GAD y visibilizar su inversión para desarrollar nuevos productos turísticos.
- ✓ Estar en la vanguardia de las plataformas digitales para promoción y comercialización, de acuerdo con el segmento de mercado al que se quiera enfocar.
- ✓ El desarrollo del emprendimiento debe considerar la competencia, no siempre el eslabón más fuerte es el óptimo para emprender, pueden existir oportunidades en los eslabones menos desarrollados de la cadena de valor de turismo cultural solidario.
- ✓ Hacer uso de la información disponible para innovar es la mejor opción, los catastros de patrimonio inmaterial contienen una riqueza de recursos a ser aprovechados.



EJECUTADO POR:



EN ALIANZA CON:



FINANCIADO POR:





**LA
INCUBADORA**
TURISMO Y PATRIMONIO CON ENFOQUE SOLIDARIO