



SUSTAINABLE & SOCIAL
TOURISM SUMMIT®



CIUDAD DE MÉXICO
CORAZÓN GRANDE



Turismo comunitario 3.0: desafíos y realidades de la innovación digital en Iberoamérica

"El turismo del futuro se escribe con 'C' de comunidad, de cultura y de co-creación"

Dr. Jordi Tresserras Juan

Consultor de UNESCO en cultura, economía creativa y turismo sostenible

Miembro de la Comisión Experta de Cultura de la Organización de Estados Iberoamericanos

Director del Laboratorio de Patrimonio y Turismo Cultural, una iniciativa impulsada por el Programa de Postgrado en Gestión Cultural de la Universitat de Barcelona y la red IBERTUR de Patrimonio, Turismo y Desarrollo Sostenible

Colabora como experto para plataformas comunitarias como Akitrips y globales como Airbnb Experiences y Getyourguide

Turismo comunitario, un turismo que se escribe con 'C' de Comunidad, de Cultura y de Co-creación

El **turismo comunitario de bajo impacto** es un modelo de **gestión colectiva** liderado por la propia población local que, impulsado por las herramientas digitales del **turismo 3.0**, acelera la descarbonización del sector y protege el patrimonio biocultural vivo. A través de **prácticas circulares y regenerativas**, este enfoque persigue la neutralidad de emisiones (carbono cero) y opera como un motor de ingresos complementario dentro de una **economía local diversificada**, garantizando la conservación de la identidad comunitaria y el desarrollo sostenible del territorio.

Ytuqueplanes es la plataforma oficial de promoción de turismo interno de PromPerú.



Vive momentos para conectar y compartir

Comienza tu viaje en

ytuqueplanes.com 

Laraos, Lima

 Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

TURISMO COMUNITARIO
Experiencia que trasciende



Turismo comunitario, un turismo que se escribe con 'C' de Comunidad, de Cultura y de Co-creación

¿Cómo se conecta con los otros pilares?

- **Con la economía circular:** Al eliminar los plásticos de un solo uso, compostar los residuos orgánicos y priorizar alimentos de circuito corto (km 0), la comunidad reduce drásticamente las emisiones vinculadas al transporte y a la gestión de la basura.
- **Con el turismo regenerativo:** Las emisiones que el viajero no puede evitar se mitigan directamente en el territorio. El turismo regenerativo canaliza estos esfuerzos mediante actividades de conservación y salvaguarda del patrimonio cultural —incluyendo el patrimonio vivo— y natural con acciones de reforestación nativa y agroecología, transformando a la comunidad en un sumidero de carbono vivo.
- **Con la economía creativa:** Promueve experiencias culturales de baja intensidad energética. El valor no radica en infraestructuras masivas de alto consumo eléctrico, sino en el talento humano, el arte, las rutas guiadas y las experiencias donde los saberes tradicionales generan un impacto ambiental mínimo.
- **Con la gestión del turismo 3.0:** Introduce herramientas digitales avanzadas para optimizar la toma de decisiones local mediante el análisis de datos, automatizar procesos comerciales y conectar directamente al viajero con la comunidad sin intermediarios. Además, utiliza tecnologías descentralizadas para garantizar la transparencia en el reparto de beneficios económicos y certificar la trazabilidad real de la huella de carbono mitigada.

C de Comunidad (soberanía tecnológica frente a los monopolios digitales)

El problema: el bloqueo del algoritmo de la grandes OTAs (Online Travel Agencies)

Al igual que ocurrió con el éxito del turismo rural, el turismo comunitario hoy representa la **próxima gran vanguardia del sector**. Ese exclusivo **2% visible** en las grandes plataformas no es un límite, sino el indicador de un **mercado emergente** con un potencial de crecimiento para quienes lideran la transición hacia un turismo más humano y consciente que busca autenticidad, aunque muchas de las experiencias quedan **invisibilizadas por el algoritmo comercial**. Un sesgo que se produce porque las fórmulas matemáticas de las grandes OTAs (Online Travel Agencies) están programadas bajo una **lógica puramente industrial y de conversión rápida** y que es debido a **cuatro factores técnicos y operativos**:

1. La tiranía de la “disponibilidad inmediata” (*Instant Book*)
2. El requisito de la “estandarización”
3. La trampa del “volumen de reseñas” (*Review Velocity*)
4. Capacidad de pauta presupuestaria (*Pay-to-Play*)



Unión de Cooperativas Co'ox Mayab, Yucatán. Fuente: UNESCO

C de Comunidad (soberanía tecnológica frente a los monopolios digitales)

1. La tiranía de la “disponibilidad inmediata” (Instant Book)

El problema: Los algoritmos premian con las primeras posiciones a los productos que el turista puede comprar con un solo clic y usar de inmediato.

El sesgo: El turismo comunitario genuino respeta los tiempos de la comunidad, las estaciones agrícolas o las decisiones colectivas. Al no ofrecer disponibilidad los 365 días del año ni confirmación instantánea, el algoritmo las castiga enviándolas al fondo de los resultados de búsqueda.

2. El requisito de la “estandarización”

El problema: El software comercial busca experiencias idénticas y predecibles para automatizar los reembolsos y la atención al cliente (ej. *"Todos los días a las 10:00 AM, un autobús con aire acondicionado"*).

El sesgo: Las experiencias comunitarias son orgánicas, cambiantes y dependen de la vida local (la pesca, el clima, las dinámicas del barrio). Como no encajan en una "plantilla estandarizada", los sistemas automáticos las consideran productos de "baja calidad técnica".



Xochimilco flor y canción. Fuente: UNESCO

C de Comunidad (soberanía tecnológica frente a los monopolios digitales)

3. La trampa del “volumen de reseñas” (*Review Velocity*)

El problema: El algoritmo posiciona mejor a quienes reciben cientos de opiniones por semana, ya que esto demuestra que el producto es popular y genera dinero constante.

El sesgo: Un proyecto de turismo comunitario real autogestionado suele limitar el número de visitantes para no saturar el territorio o preservar su capacidad de carga. Al recibir pocos turistas por diseño, acumulan pocas reseñas, volviéndose invisibles frente a los operadores masivos.

4. Capacidad de pauta presupuestaria (*Pay-to-Play*)

El problema: Las plataformas comerciales permiten a las grandes agencias tradicionales pagar comisiones más altas o invertir en publicidad dentro de la app para destacar sus productos.

El sesgo: Las cooperativas indígenas, ejidos o microproveedores rurales operan con márgenes muy ajustados para que el dinero se quede en el territorio. No tienen el presupuesto ni el conocimiento técnico (SEO turísticos) para competir en la subasta del algoritmo.



El paraíso azteca de las flores comestibles. Chinampas de Xochimilco. Fuente: UNESCO

C de Comunidad (soberanía tecnológica frente a los monopolios digitales)

Caso de estudio I Ecuador – El modelo mixto de Ecuador (FEPTCE). De la rigidez centralizada a la comercialización multicanal y resiliencia digital.

1. El hito legal y la crisis del modelo centralizado (la transición)

- **Marco Jurídico:** Reconocimiento pionero en la **Ley de Turismo de 2002**, impulsada por los sectores comunitarios, campesinos e indígenas.
- **El Colapso del Centro de Información y Comercialización del Turismo Comunitario en Ecuador (CITURCE):** Caída histórica de la macro-central de reservas rígida debido a tres factores estructurales:
 - **Brecha digital:** Conectividad rural nula o inestable que provocaba sobreventas y datos obsoletos.
 - **Dependencia de las ayudas:** Dependencia absoluta de ONGs europeas; al retirar los fondos, el proyecto carecía de autosustentabilidad.
 - **Tensiones de mercado:** Conflicto directo con operadoras comerciales tradicionales que percibieron el canal como competencia desleal.



Ruta Chakra, chocolate y turismo

C de Comunidad (soberanía tecnológica frente a los monopolios digitales)

2. La nueva estrategia: El sistema mixto y multicanal

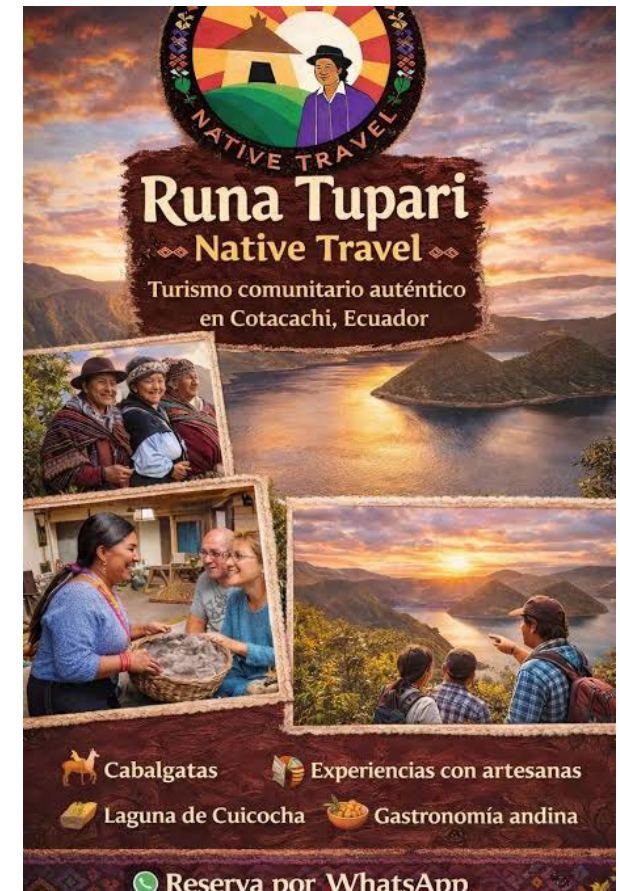
Ante el colapso centralizado, la Federación Plurinacional evolucionó hacia un modelo de tres pilares de comercialización autónoma:

- **Operadoras Comunitarias de Base (canal propio):** Agencias regionales autosustentables gestionadas por las bases locales.

Ejemplo clave: Runa Tupari (Otavalo), que diseña, cotiza y vende directamente convivencias en hogares indígenas.

- **B. Vitrina digital y desintermediación (canal directo):** Uso estratégico de redes sociales (Instagram Oficial de FEPTCE) y portales autónomos (Comunidad Ancestral Agua Blanca). Funcionan como catálogos interactivos que desvían la transacción final directo al líder local vía WhatsApp.

- **C. Alianzas B2B e impacto social (canal híbrido):** Integración de experiencias comunitarias como "módulos" dentro de los itinerarios de operadoras privadas tradicionales en Quito o Guayaquil, combinado con directorios éticos de economía solidaria internacional (plataforma de pagos **Bekaab**).



Runa Tupari. Empresa de turismo comunitario

C de Comunidad (soberanía tecnológica frente a los monopolios digitales)

Caso de Estudio II – Tiwanaku y la brecha transaccional

1. El diseño institucional (catálogo CIAAAT con apoyo de UNESCO)

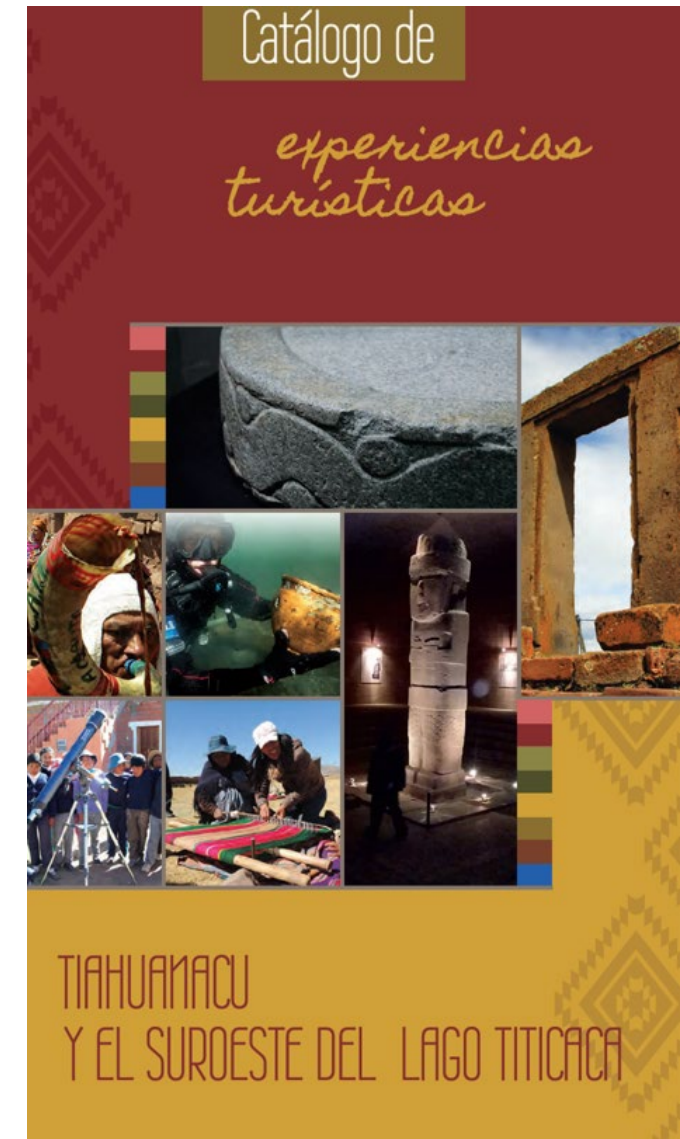
El proyecto financiado por el **Fondo Fiduciario de Japón (JFIT)** para el Patrimonio Cultural Mundial en Tiwanaku estructuró varias experiencias para diversificar el destino y proteger el patrimonio material e inmaterial.

2. El bloqueo analógico de las experiencias

El catálogo de experiencias comunitarias transitó hacia su actual soporte digital en la web tiwanakuturismo.com, plataforma institucional del Gobierno Autónomo Municipal de Tiwanaku, a través de su Oficina Municipal de Turismo, gestionada por la ONG CEPAD con apoyo del Fondo Extremeño Local de Cooperación al Desarrollo (FELCODE). No se consiguió que se contara con canales transaccionales directos. Todos los pagos son en efectivo y no se cuenta con cajeros en la localidad. Se muestran dos casos:

- **CIAAAT:** El propio centro que gestiona el sitio arqueológico con su oferta de no vende ni las entradas en línea ni acepta tarjetas de crédito en ventanilla. Exige obligatoriamente el desplazamiento físico y el uso de papel moneda nacional en efectivo.
- **Comunidad de Casa Achuta:** Cuenta con la experiencia "*La Voz de la Llama*" con circuitos agropastoriles, talleres textiles (*Qalawawas*), rituales con un *Amawta* y pernoctación en albergue republicano. No hay sistema de reservas en línea. Obliga al turista internacional a salir del flujo digital para realizar llamadas telefónicas manuales a las asociaciones locales de guías.

Fuente: UNESCO



C de Comunidad (soberanía tecnológica frente a los monopolios digitales)

3. Consecuencia: El “falso canal” y el secuestro del flujo

- **0% oferta directa en las OTAs:** Al requerir cobro en efectivo y confirmación humana manual, ninguna de las opciones oficiales de Tiwanaku puede listarse en Airbnb Experiences, Tripadvisor/Viator o GetYourGuide.
- **Monopolio de las agencias de La Paz:** Los operadores de la capital aprovechan esta brecha digital como un "falso canal". Cobran en dólares en las plataformas mediante un clic, actúan como intermediarios tecnológicos necesarios, compran los boletos físicos en la ventanilla del CIAAAT en efectivo y ejecutan un formato *Full Day Exprés* de 3 horas que regresa al turista el mismo día, **minimizando o anulando por completo la economía de las 23 comunidades locales.**

Reto actual: Desde la Oficina de UNESCO Montevideo vamos a retomar el tema para buscar nuevas soluciones



Programa de turismo comunitario de Tiwanaku. Fuente: UNESCO

Destinos Emergentes en Turismo, muy pronto.!

Pronto disponible

Buscar

Buscar

Dirección: Final Av. Manco Kapac s/n Sitio
Arqueológico de Tiwanaku, La Paz, Estado
Plurinacional de Bolivia.

Tel.: (591 2) 2896605

Whatsapp: 71222174

Email: tiwanaku.ciaaat@gmail.com



TIWANAKU -CIAAAT
CENTRO DE INVESTIGACIONES ARQUEOLÓGICAS
ANTROPOLÓGICAS Y ADMINISTRACIÓN DE TIWANAKU
LA PAZ-BOLIVIA



Organización
de las Naciones Unidas
para la Educación,
la Ciencia y la Cultura



TIWANAKU: centro espiritual
y político de la cultura Tiwanaku
inscrito en la Lista del Patrimonio
Mundial en 2000

C de Comunidad (soberanía tecnológica frente a los monopolios digitales)

Caso de estudio III – Los catálogos de experiencias de turismo comunitario promovidos por UNESCO México

1. CDMX: De Airbnb a la alianza con plataformas locales y financiamiento público (2023)

- **Alianza Estratégica inicial:** Iniciativa coordinada por **UNESCO México**, la **Coordinación General de Asuntos Internacionales del Gobierno de la CDMX** con el apoyo de **Airbnb** que, a partir del inventario biocultural de experiencias, lograron identificar y capacitar 24 iniciativas de turismo comunitario en barrios populares en la periferia de la capital, con una mirada especial al patrimonio biocultural, agroturismo y gastronomía tradicional, arte urbano e historia comunitaria

- **Desafíos de la Visibilidad Algorítmica.** Al unificarse el inventario comercial global, los algoritmos corporativos priorizaron corredores urbanos tradicionales (como Roma y Condesa) y este sesgo algorítmico generó una marcada asimetría de mercado y una drástica pérdida de alcance orgánico para la periferia, provocando que **menos del 25%** de las rutas del sur lograran mantenerse activas.

- **Estrategias de Resiliencia y Traslado de Canales.** Ante la pérdida de exposición digital, los colectivos locales migraron con éxito hacia modelos autogestionados y canales alternativos de comercialización. Las comunidades chinamperas del sur se integraron al portal oficial [Turismo de Naturaleza CDMX](#), eliminando comisiones intermedias y derivando los pagos de forma directa al WhatsApp ejidal y las rutas de arte urbano redirigieron su oferta a la plataforma independiente y especializada *Street Art Chilango*,



Fuente: UNESCO

C de Comunidad (soberanía tecnológica frente a los monopolios digitales)

2. Yucatán: el modelo híbrido de co-inversión digital ("Mosaico de Experiencias") (2024 con despliegue y consolidación en territorio a lo largo de 2025).

- **Origen Institucional:** Co-diseño entre la **UNESCO México**, la **Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)** de Yucatán y la red comunitaria indígena **Co'ox Mayab** como **organismo comunitario aliado (OCA)** que ya tenía experiencia, con el apoyo de **Airbnb**, que permitió capacitar y fortalecer **14 experiencias** de turismo comunitario en medio rural impulsadas por comunidades mayas yucatecas.
- **El frenazo del algoritmo:** Al lanzarse de forma tradicional, las cooperativas mayas de base (como la apicultura de meliponas en Maní o textiles en Tekit) quedaban sepultadas en el fondo de los motores de búsqueda comerciales al no poder pagar pauta publicitaria ni ofrecer inmediatez.
- **Resiliencia y reacción propositiva:** En lugar de abandonar la tecnología global, la alianza firmó **un convenio con Airbnb**. El catálogo impreso se convirtió en digital, pero utilizando a Airbnb Experiences únicamente como la infraestructura de cobros transaccionales mediante un **apartado especial de impacto social protegido**, blindándolas del algoritmo general y asegurando confirmaciones inmediatas sin perder soberanía cultural.

Fuente: UNESCO



C de Comunidad (soberanía tecnológica frente a los monopolios digitales)

3. "Mundo Maya": escala y agregación interestatal
(presentado formalmente en el Tianguis Turístico de 2025 y articulado con la Guía de Experiencias de Turismo Comunitario de México)

- **Origen Institucional:** Una macrocooperación regional liderada por la Secretaría de Turismo de Quintana Roo con apoyo de la **Secretaría de Turismo Federal (SECTUR)** que preside la **Organización Mundo Maya** con el respaldo técnico de la **UNESCO México**, unificando a 5 estados del sureste: **Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán** para promover a **76 comunidades originarias**.
- **El frenazo del algoritmo:** Las comunidades del sureste profundo sufrían de aislamiento analógico. Crear páginas individuales web independientes para cada emprendimiento rural resultaba inviable económicamente y las condenaba a la invisibilidad frente a las grandes agencias mayoristas.
- Surge la propuesta de impulsar la Guía de Experiencias de Turismo Comunitario de México que se pudieran promover y comercializar desde el portal **VisitMexico.com**



C de Comunidad (soberanía tecnológica frente a los monopolios digitales)

4. Estrategia Nacional y Guía de Experiencias de Turismo Comunitario Enfoque Ejecutivo e Institucional

El **turismo comunitario** en México es una **prioridad estatal e interés público** consolidada por la **Secretaría de Turismo (SECTUR)** y el **Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR)** y el apoyo de **UNESCO México**. Esta visión se formaliza e instrumenta a través de la **Estrategia Nacional de Turismo Comunitario**, la **Guía Nacional de Experiencias Turísticas Comunitarias** y la plataforma oficial **VisitMexico**.

- **Marco normativo:** Bajo el amparo del **Decreto del 2026** (que declara la actividad de interés público), el Estado mitiga la dependencia de las Agencias de Viajes en Línea (**OTAs**) asignando recursos y acompañamiento directo para consolidar **Destinos Turísticos Comunitarios (DTC)** autogestionados.
- **Soberanía tecnológica y alineación comercial:** El Gobierno federal absorbe al **100%** la carga tecnológica y el costo de las pasarelas de pago digitales para blindar el beneficio económico directo en corredores bioculturales clave como p.e. **Maya Ka'an**, **Pueblos Mancomunados** y el **Camino del Mayab**. Vinculación directa con las Secretarías de Turismo estatales para incorporar activamente a los **Organismos Comunitarios Aliados (OCA)**.
- **Certificación Institucional:** El **Distintivo de Turismo Comunitario** (con sus niveles *Semilla TC* y *Excelencia TC*), avalado en conjunto con la **UNESCO** y el **TecNM**.



C de Comunidad (soberanía tecnológica frente a los monopolios digitales)

Caso de estudio IV: El cambio de paradigma en grandes plataformas: GetYourGuide en España



1. El Rol de la plataforma: El "mecanismo de distribución"

Aliado de descentralización: GetYourGuide ya no opera como una simple herramienta de reserva; actúa como un **mecanismo de distribución de flujos turísticos**.

Capilaridad territorial: Su función clave es desviar al turista de alta capacidad de gasto de los centros históricos saturados hacia los barrios tradicionales, las cadenas de suministro artesanales y los municipios rurales despoblados.

2. El Peso real del turismo comunitario en medio rural en la app

La paradoja del catálogo: Aunque el turismo comunitario en medio rural en municipios con reto demográfico (101 prioritarios) está creciendo drásticamente en impacto social, su peso dentro del volumen de transacciones de la plataforma sigue reflejando la tiranía del algoritmo comercial.

Menos del 5% del volumen global: Las categorías comunitarias estrictas, los talleres artesanales y las experiencias en municipios de reto demográfico representan **menos del 5% de las reservas totales en España**.

3. El éxito tecnológico: El algoritmo cruzado

La solución digital: El verdadero triunfo de la plataforma en España no es el volumen bruto de su oferta rural, sino su capacidad de **venta cruzada (Cross-Selling)**.

El ejemplo de Granada: El algoritmo identifica a los usuarios que buscan entradas masivas para la Alhambra y, de forma automática, les sugiere rutas a pie por el Albaicín o espectáculos flamencos gestionados por comunidades gitanas del Sacromonte. Esto convierte la restricción de capacidad del gran monumento en una **oportunidad financiera directa** para el sector creativo residente.

C de Comunidad (soberanía tecnológica frente a los monopolios digitales)

4. El mecanismo de financiamiento directo

- **Bypas a la intermediación masiva:** Las plataformas especializadas permiten que el microproveedor local (un artesano, un guía rural o una pequeña cooperativa de agroturismo) cobre directamente del cliente internacional.
- **Retención del valor en el territorio:** Al saltarse a las grandes agencias mayoristas tradicionales (que se quedan con comisiones de hasta el 40%), **la mayor parte del beneficio económico se inyecta directamente** en la microeconomía del municipio.
- **Inclusión financiera inmediata:** En comunidades aisladas, la digitalización de la reserva actúa como un canal formal de ingresos recurrentes, lo que permite a los pequeños negocios familiares planificar inversiones a largo plazo.

5. El Impacto real en la retención juvenil

- **Creación de empleo local cualificado :** Los jóvenes de las áreas rurales ya no se ven obligados a migrar a las metrópolis para trabajar en servicios básicos. La plataforma genera empleo local atractivo enfocado en la **gestión digital, el marketing de experiencias y la guianza especializada**.
- **Monetización del orgullo e identidad:** El algoritmo permite transformar el patrimonio inmaterial local (técnicas de pastoreo, leyendas del pueblo, talleres de cocina tradicional) en un producto turístico premium. Los jóvenes se convierten en los **guardianes y narradores de su propia cultura**, encontrando viabilidad económica en sus lugares de origen.
- **Atracción de "nómadas digitales" (¡con cuidado!) y emprendimiento:** La visibilidad en redes globales posiciona a estos 101 municipios rurales como destinos vibrantes, fomentando el autoempleo juvenil y el nacimiento de micro-startups turísticas de base tecnológica.



Granada. Museo Etnológico de la Mujer Gitana y Espectáculo Flamenco Los Parrones en las Cuevas del Sacromonte. Fuente: GetYourGuide

C de Comunidad (soberanía tecnológica frente a los monopolios digitales)

Caso de Estudio V: AkiTrips (Colombia) — Una plataforma para personas viajeras comprometidas [akitrips.com].

- **Trazabilidad Caribe y Montes de María:** Cartagena (barrio Olaya Herrera: recorridos vivenciales por patios productivos y proyectos comunitarios de Granitos de Paz) | Palenque de San Basilio (Etnovibes: tambores y gastronomía) | San Jacinto (telares y gaitas) | María La Baja (tejedoras de Manpuján, Risas: bullerengue).
- **Retención Transaccional:** 100% para el operador de base frente al 25% de comisión de las plataformas tradicionales.
- **Geopolítica 3.0:** Vector tecnológico para la **Ruta de los Tambores del Atlántico** impulsada por la OEI Lisboa con apoyo de la Cooperación Portuguesa a través del Instituto Camões, presente en Angola, Brasil, Cabo Verde, Colombia, Guinea Bissau, Honduras, Panamá, Paraguay y Uruguay.



C de Cultura (salvaguarda del patrimonio biocultural y redistribución territorial)

Voces de la tierra en la era digital: lenguas Indígenas, turismo comunitario y sostenibilidad

El modelo que une las lenguas de los pueblos originarios con el turismo comunitario no se limita a enseñar palabras; funciona como una estrategia de **innovación social y diversificación financiera**.

Bajo este enfoque, el idioma nativo se convierte en el hilo conductor de toda la experiencia del viajero. El modelo opera bajo tres pilares fundamentales:

- **Rompe la estacionalidad:** Permite facturar ingresos en los meses de temporada baja turística gracias a las aulas virtuales.
- **Descentraliza el beneficio:** El dinero no se queda en las grandes agencias internacionales, sino que va directo a los guías, artesanas y jóvenes tutores locales.
- **Protege el patrimonio:** Al dar valor económico al idioma, las nuevas generaciones se motivan a aprenderlo, hablarlo y preservarlo dentro de su propio territorio.

Modelo de negocio	Casos de estudio en Iberoamérica	Actividad concreta del turista	¿Cómo se genera el ingreso?
El "paquete pre-viaje" virtual	Alianza Peninsular para el Turismo Comunitario (Yucatán, México)	Cuatro semanas antes de viajar, el turista toma 2 clases virtuales de 1 hora por videollamada con un guía local. Aprende normas de cortesía en Maya Peninsular ("Ba'ax ka wa'alik" / ¿Qué tal?) y códigos éticos para visitar zonas sagradas.	La cooperativa cobra el 25% del total del viaje por adelantado en concepto de "capacitación cultural". Esto paga el salario del instructor un mes antes de recibir la visita física.
Talleres "in situ" integrados	Comunidades tejedoras del Valle Sagrado (Cusco, Perú)	El turista se inscribe al taller de textilería viva. Antes de tocar los telares, la artesana dicta una microclase interactiva de 20 minutos donde el viajero debe aprender y usar los nombres de los colores (" Anqas " / azul) y acciones en Quechua para pedir los materiales.	Se cobra como un suplemento extra integrado en el "Boleto Vivencial" de la comunidad. Eleva el valor de la tarifa de hospedaje base y el dinero va directo a la artesana que lidera el taller.
Certificaciones y tutorías	Centros de turismo comunitario de Napo (Amazonía, Ecuador)	Jóvenes guías nativos ofrecen tutorías individuales recurrentes a estudiantes o universidades extranjeras mediante aulas virtuales. Las clases enseñan el idioma Kichwa aplicado al conocimiento de la selva y el sistema agrícola de la Chakra .	El estudiante internacional paga una suscripción mensual fija . El 70% financia el salario digital del joven tutor (evitando que migre del campo) y el 30% se destina al fondo común para pagar el internet satelital de la aldea.

C de Cultura (salvaguada del patrimonio biocultural y redistribución territorial)

Caso de estudio VI. Paraguay 3.0: Del aprendizaje digital a la inmersión en la lengua y la cultura viva

CAMINO DE LOS JESUITAS
Una gran historia. Mil aventuras.
ARGENTINA - BOLIVIA - BRASIL - PARAGUAY - URUGUAY

Agustin Vera -
Verasuruá y a Lucas
Vázquez - Veraminí
de la comunidad
indígena Pindó de la
parcialidad m'bya
guaraní. Foto: Jordi
Tresserras



FASE 1: PRE-VIAJE DIGITAL (Preparación y Cursos Online)	FASE 2: NATURALEZA VIVA (Circuito vivencial Yguazú)	FASE 3: PATRIMONIO HISTÓRICO (Misiones Jesuíticas UNESCO)
• Gamificación y Apps: Uso de <i>Duolingo</i> y <i>Guaraní Ayvu</i> para aprender saludos básicos.	• Anfitriones nativos: Guiado por la etnia <i>Mby'a Guaraní</i> en el bosque de Alto Paraná.	• Descolonización del relato: Guías indígenas narran la historia jesuítica desde su propia perspectiva.
• Cursos virtuales cortos: Clases por Zoom en <i>El Granel</i> enfocadas en fonética cotidiana.	• Tradición oral viva: Escucha activa de cantos, mitos y saberes botánicos en la selva.	• Simbología y lengua: Explicación de la arquitectura y el arte barroco usando el guaraní original.
• Plataformas autoasistidas: Práctica interactiva en el portal <i>Maitei</i> para entrenar el oído.	• Interacción sin barreras: Uso del idioma en la gastronomía rural y la Ruta del Tereré (mate frío)	• Economía sostenible: Espacios de venta directa de artesanía local y coros nativos en vivo.
El valor digital: La tecnología elimina el miedo al idioma y prepara al viajero de forma respetuosa.	El impacto en terreno: El turista co-crea una conexión humana profunda y directa con la naturaleza.	El Impacto cultural: Se dignifica el rol histórico del pueblo guaraní ante el turismo internacional.

C de Co-creación (economía creativa y soberanía alimentaria)

Caso de Estudio VII: El E-Commerce de identidad, logística inversa y omnicanalidad turística

Este modelo brinda omnicanalidad para resolver la limitación de equipaje del turista internacional y la falta de ingresos constantes durante la temporada baja.

- Amazon Handmade:

* **Convenio con FONART** (finales de 2026). *Tienda Oficial de Arte Popular*: Inserción de catálogos tradicionales mediante la infraestructura de **Amazon Prime** para envíos exprés a domicilio ("Día siguiente"), exentando a los artesanos de la tarifa profesional de venta, garantizando ventajas logísticas como envíos rápidos en 24 horas y empaques estandarizados.

* **Modelo híbrido**: se mantiene la plataforma con **FONART** pero también abierta en paralelo a un ecosistema de autogestión directa para las comunidades. Combinación con el programa federal Hecho en México de la Secretaría de Economía para capacitar y exportar.

- Artesanías de Colombia (#ArtesanoDigital):

* *Logística Inversa Turística*: El turista vive la co-creación en el taller físico, adquiere piezas de gran volumen y las compra en línea para recibir las en su hogar.

* *Fidelity Post-Viaje*: Uso de la *Cartilla de IA para Artesanos* para automatizar newsletters de identidad y códigos QR en etiquetas físicas, logrando compras recurrentes todo el año desde sus países de origen.

Handmade
at amazon



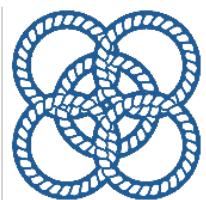
C de Co-creación (economía creativa y soberanía alimentaria)

Caso de Estudio VIII: Gastroinclusión, Soberanía Gastronómica y Co-creación Culinaria. "L'Arròs de Castelldefels"

Gobernanza y liderazgo público-privado. Promovido por el Ayuntamiento de Castelldefels y el Gremio de Hostelería, con el apoyo del Parque Agrario, el Parque Natural del Garraf y la zona pesquera de la Costa Central del Barcelona. El proyecto ha sido aprobado por el pleno municipal con una participación de todos los grupos políticos que han tomado el tema como un proyecto de comunidad. Modelo sostenible de suministro local y encadenamiento productivo que deconstruye narrativas identitarias estáticas mediante este plato, pero con una estrategia de gastrodesarrollo con otras iniciativas como el Chocolate de Castelldefels 1792.

- **Marco Legal del Convenio de Faro:** Reconocimiento de las cocinas colectivas como «comunidades patrimoniales» políticamente activas.
- **Deconstrucción del mestizaje:** Puesta en valor de la impronta técnica **andalusí** y las cazuelas de barro de la **cocina gitana catalana**.
- **Liderazgo académico:** Coordinación operativa directa a cargo de la **Escola d'Hostaleria de Castelldefels**.
- **Reconocimiento internacional:** Galardonado con el **Premio FITUR 2026 al Turismo Activo** (Mejor Experiencia Gastronómica).
- **Acreditación de destino global:** Integrado en **Saborea España**, la red **Délice Network** y candidato a **Ciudad Creativa de la UNESCO por la gastronomía**.
- **Alineación política europea:** Operación bajo los parámetros medioambientales de la estrategia **"Farm to Fork"**.





GALP
Costa
Central







L'arrós de Castelldefels Enogastronomic Experience



Huesca la magia de la aventura

PREMIOS 2026

IFEMA MADRID | **(Fitur)** COLABORA AireLibre

TURISMO ACTIVO



Ruta de las Aves del Noreste Mexicano



Festa de Caminhadas na Arrábida

Conclusiones estratégicas y lecciones aprendidas

1. La incompatibilidad de las OTAs tradicionales con el turismo de base comunitaria

- **El diagnóstico técnico:** Los algoritmos comerciales de las grandes plataformas no están diseñados para asimilar la lógica comunitaria.
- **Los cuatro factores de bloqueo:** Las fórmulas matemáticas penalizan los proyectos debido a la tiranía de la *disponibilidad inmediata*, la exigencia de *estandarización*, la trampa de la *velocidad de reseñas* y la nula *capacidad de pauta publicitaria (Pay-to-Play)*.
- **El riesgo de invisibilización:** Este sesgo provoca que menos del 2% de las experiencias de turismo comunitario a nivel global logren posicionarse en los canales comerciales convencionales.

2. De la dependencia corporativa a la soberanía tecnológica

- **La lección de CDMX y Tiwanaku:** Los esfuerzos individuales quedan sepultados por el algoritmo o “secuestrados” por agencias intermediarias urbanas que absorben la derrama económica.
- **La clave del éxito (el agregador ético):** La resiliencia y viabilidad de los catálogos radica en la creación de estructuras colectivas o estatales (como **Destinos de Turismo Comunitario** en [VisitMexico.com](https://www.visitmexico.com) en México o [turismocomunitario.com.pe](https://www.turismocomunitario.com.pe) de Mincetur en Perú). Estas entidades centralizan el soporte digital y blindan el beneficio para que retorne el 100% del capital al territorio.



TURISMO
COMUNITARIO

A un clic^{''} de descubrir experiencias que trascienden

¡Conoce la nueva web y catálogo
digital de Turismo Comunitario!



turismocomunitario.com.pe



Gobierno del Perú



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



Destinos para todos los posibles intereses

Selecciona
una categoría

- ☐ Pueblos Mágicos
- ☐ Arte y Cultura
- ☐ Cocina
- ☐ LGBT
- ☐ Mundo Maya
- ☐ Música y Vida Nocturna
- ☐ Naturaleza y Aventura
- ☐ Negocios
- ☐ Romance
- ☐ Sol y Playa
- ☐ Temporada
- ☒ Turismo Comunitario

chiapas



Estados para visitar



Ruta del Queso

Una travesía que presenta la riqueza cultural de la región a través de sus sabores, la experiencia recorre fincas y rancherías productoras de quesería artesanal, en donde se mostrará el proceso de producción del queso de Bola y queso Chiapas.

Ver más



Ruta del Agua

Recorrido por ríos, cascadas, lagos y lagunas que conecta con el espíritu del Mundo Maya en Chiapas

Ver más



Capacitación para el Turismo Comunitario Comprometido con el Medio Ambiente - Chiapas

Iniciativa en Chiapas, en la Selva Lacandona, que fortalece capacidades locales para ofrecer servicios turísticos responsables y proteger el patrimonio biocultural.

Ver más



Conclusiones estratégicas y lecciones aprendidas

3. La omnicanalidad como antídoto a la estacionalidad turística

- **E-Commerce de Identidad:** La integración de la experiencia física con plataformas masivas (**Amazon Handmade, Mercado Libre, Etsy,...**) diversifica los ingresos comunitarios.
- **Logística Inversa y Fidelización:** Resolver la limitación física del equipaje del turista mediante envíos directos de *fulfillment* a domicilio asegura una cadena de recompra recurrente post-viaje durante la temporada baja.

4. La gastroinclusión como eje político y de cohesión social

- **El Modelo Castelldefels:** Demuestra que la alimentación y la gastronomía local trascienden para fortalecer la identidad como factor del gastrodesarrollo con un compromiso político y una alianza de actores.
- **Gobernanza y Derechos Culturales:** En España, al amparo del **Convenio de Faro del Consejo de Europa**, existen iniciativas como las de Castelldefels que suman productores conscientes, fogones comunitarios, escuelas de hostelería y restaurantes agremiados que operan como «comunidades patrimoniales». Funcionan como dispositivos de mediación cívica para deconstruir discursos de odio, visibilizar lo oculto como la herencia andalusí/gitana y combatir la precariedad laboral del sector. Desde Ibertur, con apoyo de la Fundación Al Fanar estamos trabajando en la creación e implementación del sello **Gastronomía Ética Global (GEG)**.



Muchas gracias

Consultor de UNESCO en cultura, economía creativa y turismo sostenible

Miembro de la Comisión Experta de Cultura de la Organización de Estados Iberoamericanos

Director del Laboratorio de Patrimonio y Turismo Cultural, una iniciativa impulsada por el Programa de Postgrado en Gestión Cultural de la Universitat de Barcelona y la red IBERTUR de Patrimonio, Turismo y Desarrollo Sostenible

Colabora como experto para plataformas comunitarias como Akitrips y globales como Airbnb Experiences y Getyourguide



Dr. Jordi Tresserras Juan

ibertur@gmail.com

 [@jordi.tresserras](https://www.instagram.com/jordi.tresserras)  [Linked in](#)