



Comisión Regional de ONU Turismo para las Américas

Asunción, Paraguay, 28 – 29 de mayo de 2026

EL LUJO DE LO AUTÉNTICO

**Como transformar la Identidad Cultural en
productos turísticos de alto valor.**

¿Qué es el lujo para vos hoy?

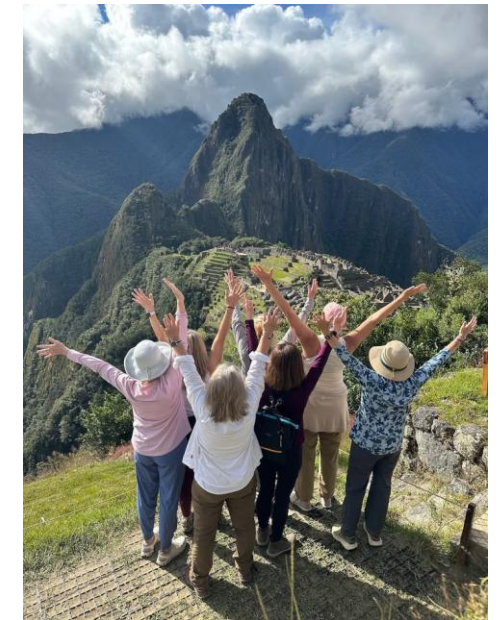


Cambio de paradigma

Antes: ostentación



Hoy: autenticidad + emoción



Nueva demanda

El viajero busca vivir, sentir y conectar





Comisión Regional de ONU Turismo
para las Américas

Asunción, Paraguay, 28 – 29 de mayo de 2026

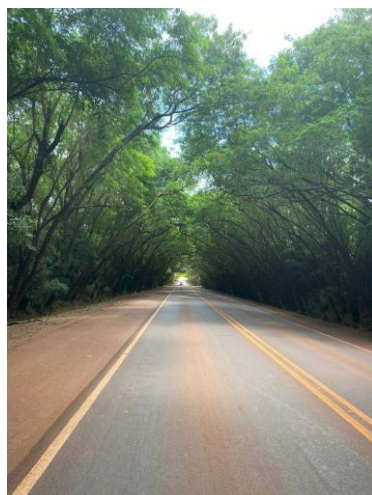


en colaboración con



Presta atención!!

Lo cotidiano para nosotros es extraordinario para otros.



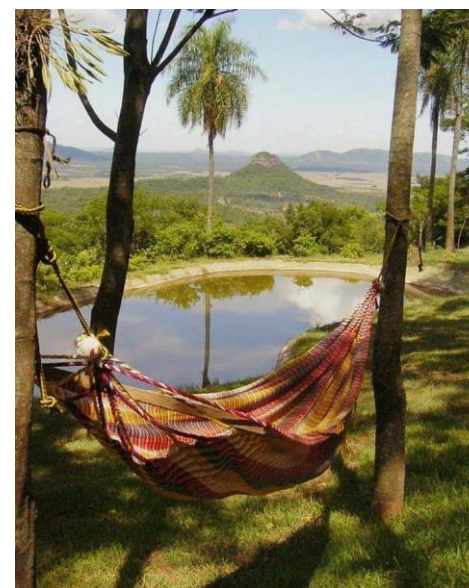
Identidad cultural

- Tradiciones
- Gastronomía
- Relatos
- Paisaje
- Gente



Identidad como activo

- Diferencia
- Valor
- Posicionamiento
- Involucramiento y
Compromiso COMUNITARIO



Error común

- Copiar modelos externos
- Clave: potenciar lo propio
- SI COPIAS EL MODELO DE
- OTRO LUGAR CORRES EL
- RIESGO DE COPIAR
- SUS PROBLEMAS



Pregunta

¿Qué tiene tu destino que no tiene otro?

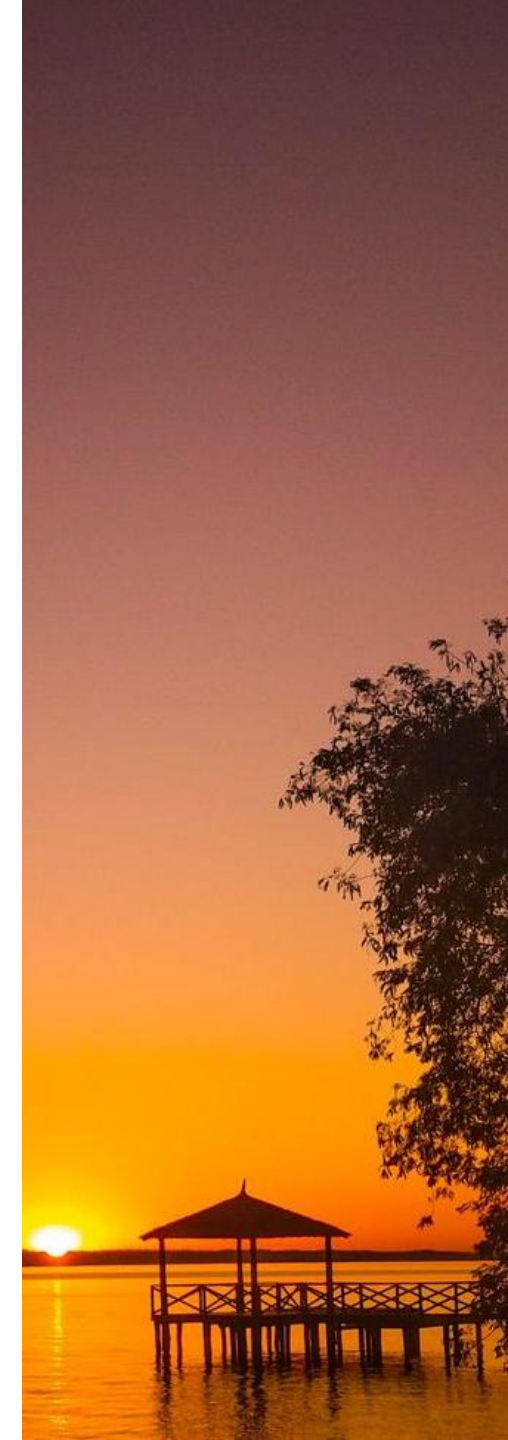


Experiencias

De producto a experiencia



NO CONFUNDIR UN RECURSO ATRACTIVO CON UNA EXPERIENCIA TURISTICA. UNA CASCADA, UNA IGLESIA, UNA RECETA ES UN RECURSO, ES TODA LA PLANIFICACION DEL ENTORNO LA QUE LA TRANSFORMA EN EXPERIENCIA



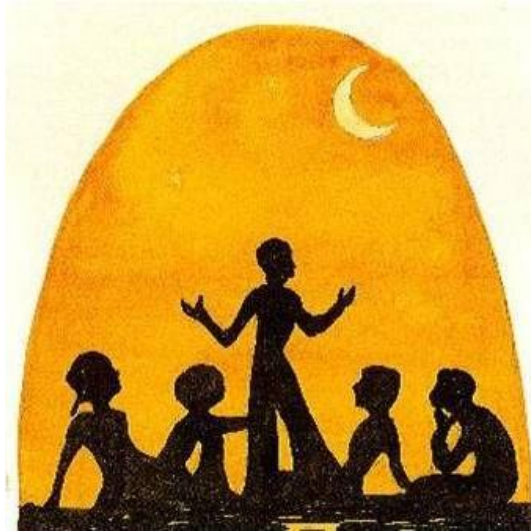
Componentes

- Historia
- Detalle
- Emoción
- Estética



Storytelling

No vendes servicios, vendes historia.



No es igual ofrecer...

✗ "3 noches + traslados incluidos"

✓ "3 días para desconectarte, reconectar contigo mismo y volver con una nueva energía"

Las personas no compran noches ni tours.
Compran lo que van a vivir en esos días.

No es lo mismo ofrecer...

✗ "Excursión de 3 días por los Andes con guía y pensión completa"

✓ "Explora montañas milenarias y reconecta con el silencio que no escuchas hace años"

Las palabras que usas definen cómo se percibe tu
PRODUCTO: genérica o valiosa.



Las personas **NO** viajan por lógica

- Viajan para sentir algo distinto, para reconectar, para transformarse.
- Si solo comunicas servicios, pasas desapercibido.
- Si despiertas emociones, tu
PRODUCTO se
vuelve inolvidable.



Comisión Regional de ONU Turismo
para las Américas

Asunción, Paraguay, 28 – 29 de mayo de 2026



en colaboración con



Ejemplo

No es un hotel 5*** es una experiencia de millones de estrellas a cielo abierto**

Hotel de Pueblo Santa María



Link:

<https://youtu.be/WUdGFGIAVYY?si=kuAoLnOeB4yZDUG>
E



Clave

El lujo está en el detalle Y ASI UN PRODUCTO DEJA DE SER CARO PARA SER VALIOSO



Buena práctica

- **Caso internacional:**

Centro de turismo comunitario de Caguanapamba – Hospedaje familiar Kinti Samana – Comunidad de Caguanapamba Cantón El Tambo Prov. del Cañar - Ecuador



Soy parte de una comunidad donde la cultura todavía se vive todos los días

Lic. Pakarina Quintuña
Pueblo Kichwa Cañari

Turismo Comunitario – Comunidad Caguanapamba

- Emprendedor Turística
- Promotora Cultural

El Tambo, Cañar - Ecuador



El Tambo: un territorio que inspira desde su identidad

Turismo comunitario e identidad cultural desde el Tambo – Ecuador

El Tambo es un cantón ubicado en la provincia del Cañar, al sur del Ecuador, rodeado de montañas, paisajes rurales y comunidades donde la cultura todavía forma parte de la vida cotidiana.

Aquí las tradiciones, la agricultura familiar, las artesanías y la vida comunitaria continúan vivas generación tras generación. Más que un destino turístico, El Tambo representa la conexión entre identidad, territorio y comunidad. Y justamente ese valor cultural y humano ha permitido que hoy sea reconocido internacionalmente como Best Tourism Villages.

Dentro de este territorio se encuentra Caguanapamba, una comunidad andina donde nuestras tradiciones todavía forman parte de la vida diaria. Aquí las familias viven principalmente de la agricultura, la ganadería y las artesanías, actividades que han pasado de generación en generación.





Comisión Regional de ONU Turismo
para las Américas

Asunción, Paraguay, 28 – 29 de mayo de 2026



en colaboración con



Mi comunidad no nació pensando en el turismo

Con el tiempo descubrimos que aquello que para nosotros era cotidiano —nuestra cultura, nuestras historias y nuestra forma de vida— también podía convertirse en una experiencia significativa para otras personas.

Y así nació nuestro turismo comunitario:

no para cambiar quienes somos,
sino para compartirlo con el mundo.”

Turismo Comunitario Kuya Llakta – Turismo Familiar Kinti Samana



¿Cual fue nuestro proceso ?

Inicios

- Pocas personas creían en el turismo
- Migración masiva
- Sin infraestructura turística
- Camas improvisadas
- Utensilios prestados
- Cocineras sin formación técnica
- Trabajo colaborativo
- Organización comunitaria
- Primeros visitantes
- Adaptación progresiva

Acceso al mercado turístico

- Fortalecimiento Organizativo
- Capacitaciones y formación técnica
- Talleres de hospitalidad, atención al cliente y gastronomía.
- Articulación entre familias y emprendimientos locales
- Tecnificación de rutas y programas internos de la comunidad.
- Gestión y vinculación con actores externos
- Mejora progresiva en la infraestructura
- Construcción de confianza y credibilidad territorial.
- Búsqueda constante de oportunidades y alianzas
- Participación en espacios de promoción
- Visibilidad territorial generada desde la experiencia y el boca a boca

“Primero veré burros volando que turistas llegando”

Tayta Andrés Yupa





Actualidad ¿Donde estamos hoy ?

Hoy somos un referente de turismo comunitario y vivencial en la provincia

Empezamos en la sala de reuniones de la casa comunal

Hospedaje comunitario con capacidad para 30 personas

Hospedajes familiares: Kinti Samana, Familia Cazho, familia Chimborazo





Fortalecimiento local

- 12 guías con licencia profesional
- cocineras capacitadas
- textilería de alpaca
- vestimenta tradicional Cañari
- medicina ancestral
- productos locales y agroecológicos



Actualidad

**El turismo se convirtió en una oportunidad
para permanecer en el territorio**

- Reducción de migración
- Nuevas oportunidades
- Nuevos emprendimientos
- Fortalecimiento comunitario
- Identidad cultural valorizada



Que nos hace auténticos

El turismo convencional no es igual al turismo vivencial

Compartimos experiencias reales



Convivencia
familiar



Gastronomía
tradicional



Caminatas y
naturaleza



Interpretación
cultural



Tejidos y
artesanías



Agricultura y
actividades rurales



Música y
tradiciones



Historias
comunitarias

- No vendemos servicios compartimos nuestras vivencias
- No es un turismo masivo – es un turismo exclusivo

- Demostramos quienes somos y como vivimos



**“Somos y seremos
pioneros de nuestras
raíces”**

Yupaychany
Muchas gracias



Llegó el momento de ponernos **EN ACCIÓN**

Transformando lo auténtico en experiencia Premium.



Trabajo

Desarrollo en grupos.



Consigna

Elegir producto y detectar identidad

Transformación

Convertir en experiencia única

Comercialización

Definir cliente y valor

¿Qué creamos?



Reflexión

Pocos lugares tienen alma

**DEBEMOS LOGRAR SER VISTOS
COMO UN PRIVILEGIO, NO UNA
OPCION!**



Reflexión

¿Qué podés empezar ~~mañana~~ HOY?



Link: <https://youtu.be/T3olfV7iJHQ?si=4HrVW8iKCi4u5nNs>

GRACIAS POR LO QUE CREES A PARTIR DE HOY!

AGUYJE – GRACIAS - YUPAYCHANY

Rosanna Fustagno

www.fiaseet.org



FIASEET

Federación Internacional de Asociaciones
de Ejecutivos de Empresas Turísticas