

RESUMEN DE POLÍTICAS N° IDB-PB-0402

# Aprovechamiento de recursos turísticos de Ecuador para su puesta en valor: El Qhapac Ñan

María Cristina Guerrero

Banco Interamericano de Desarrollo  
Departamento de Países del Grupo Andino

Abril 2024



# Aprovechamiento de recursos turísticos de Ecuador para su puesta en valor: El Qhapac Ñan

María Cristina Guerrero

Banco Interamericano de Desarrollo  
Departamento de Países del Grupo Andino

Abril 2024



## Catalogación en la fuente proporcionada por la Biblioteca Felipe Herrera del Banco Interamericano de Desarrollo

Guerrero, María Cristina.

Aprovechamiento de recursos turísticos de Ecuador para su puesta en valor:  
el Qhapac Ñan / María Cristina Guerrero.

p. cm. — (Resumen de política del BID ; 402)

Incluye referencias bibliográficas.

1. Tourism-Economic aspects-Ecuador. 2. Tourism-Government policy-  
Ecuador. I. Banco Interamericano de Desarrollo. Departamento de Países del  
Grupo Andino. II. Título. III. Serie.

IDB-PB-402

<http://www.iadb.org>

Copyright © 2024 Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons CC BY 3.0 IGO (<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/igo/legalcode>) . Se deberá cumplir los términos y condiciones señalados en el enlace URL y otorgar el respectivo reconocimiento al BID.

En alcance a la sección 8 de la licencia indicada, cualquier mediación relacionada con disputas que surjan bajo esta licencia será llevada a cabo de conformidad con el Reglamento de Mediación de la OMPI. Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil (CNUDMI). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID, no están autorizados por esta licencia y requieren de un acuerdo de licencia adicional.

Note que el enlace URL incluye términos y condiciones que forman parte integral de esta licencia.

Las opiniones expresadas en esta obra son exclusivamente de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del BID, de su Directorio Ejecutivo ni de los países que representa.



# Aprovechamiento de recursos turísticos de Ecuador para su puesta en valor: El Qhapac Ñan

María Cristina Guerrero

Abril 2024

El turismo es uno de los principales sectores con gran potencial de crecimiento en las economías andinas. Frente al desafío de llevar a cabo un proceso de transformación productiva, varios países de la Región Andina han señalado al turismo como un sector con gran potencial de desarrollo en la región. Hoy en día, este sector ha tenido solamente un rol limitado en estas economías, el cual se vio aún más reducido por la pandemia. Pese al rol limitado que ha tenido este sector, su potencial de crecimiento es importante, especialmente dado el gran capital natural y cultural que hace únicos a los países andinos. Construyendo sobre esta idea, este estudio explora cómo el sector turismo en Ecuador puede jugar un papel más prominente. Esta es una de seis notas que analizan esta cuestión para cada uno de los países de la Región Andina – Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela – y para la región de manera agregada. Específicamente, se explora el estado del sector, el marco institucional relevante en el país, así como un estudio de caso de activos con potencial a desarrollar.

**Palabras clave:** Turismo, Región Andina, transformación productiva, diversificación.

**Códigos JEL:** O10, O20, O54, Z32, Z38, L83.

**Agradecimientos:** Este estudio es uno de seis estudios publicados por el Departamento de Países Andinos del Banco Interamericano de Desarrollo, en los que se estudia el estado actual y potencial de recursos turísticos en Perú, Ecuador, Colombia, Bolivia y Venezuela. El autor agradece la coordinación con el resto del equipo consultor que elaboró los informes de cada país: Germán Ríos, Javier Ramiro Monterrey, Luis Mesías, María Cristina Guerrero, Mariano Proaño, Ricardo Zambrano y Nohora Constanza Olaya, así como al equipo coordinador. Finalmente, la autora agradece a Emily Díaz, Laura Giles Álvarez, Cristhian Larrahondo y Wladimir Zanoni por sus revisiones, ediciones y sugerencias.

## Índice

1. Introducción .....	4
2. Diagnóstico del sector turismo .....	4
3. Selección de los casos de estudios.....	9
4. Estudio de caso: El Qhapac Ñan o Camino del Inca .....	15
5. Conclusiones y recomendaciones.....	23
Bibliografía.....	26
Anexos .....	27

## Abreviaciones

AHOTEC	Asociación Hotelera del Ecuador
ARLAE	Asociación de Representantes de Líneas Aéreas
ASECUT	Asociación de Agencias de Viajes
ASOGAL	Asociación de Operadores Turísticos de las Galápagos
CEN	Cifras Estadísticas Nacionales
CONGOPE	Consortio de Gobiernos Provinciales
DGAC	Dirección General de Aviación Civil
FEPTCE	Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador
FODA	Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas
GAD	Gobiernos Autónomos Descentralizados
HQM	Hoteles de Quito Metropolitano
IEEM	Plataforma de Modelación Económica-Ambiental Integrada
INEC	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
MAE	Ministerio de Ambiente
MINTUR	Ministerio de Turismo
PANE	Subsistema Patrimonio de Áreas Naturales del Estado
OIT	Organización Internacional del Trabajo
OMS	Organización Mundial de la Salud
OMT	Organización Mundial del Turismo
ONU	Organización de las Naciones Unidas
Optur	Asociación Nacional de Operadores Turísticos
SENPLADES	Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
WEF	World Economic Forum
WTTC	World Travel & Tourism Council

## 1. Introducción

**Este caso de estudio sienta sus bases en un diagnóstico situacional del sector turismo en Ecuador.** Dicho diagnóstico consiste en un análisis tanto del turismo como de la institucionalidad del sector en Ecuador. Este diagnóstico finaliza con la identificación de un inventario nacional de recursos turísticos y el análisis de estudio de caso del Qhapac Ñan. Este estudio está estructurado en cuatro secciones que corresponden a: i) Introducción; ii) Diagnóstico del sector turismo; iii) Selección de los casos de estudio; iv) Estudio de caso: el Qhapac Ñan; v). Además, este análisis es uno de seis estudios que analizan en profundidad activos turísticos con potencial para fomentar el sector turístico para la Región Andina y específicamente en Colombia, Ecuador, Venezuela, Bolivia y Perú.

## 2. Diagnóstico del sector turismo

### a) Cifras de turismo

**Desde hace más de 20 años, el turismo en el Ecuador está concentrado en tres destinos: las islas Galápagos y las ciudades de Quito y Guayaquil.** Con gran concentración, pero en menor porcentaje, se encuentran la ciudad de Cuenca y la Amazonía ecuatoriana. Para el año 2022, según las cifras publicadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)<sup>1</sup>, se ha reportado que de los 1,2 millones de turistas internacionales que arribaron al país, un 43,8% ingresó a través de la ciudad de Quito, mientras que un 36,9% lo hizo por Guayaquil. De acuerdo con el Observatorio de Turismo de las Galápagos<sup>2</sup>, de los 267.686 visitantes que llegaron en 2022, un 55% fueron extranjeros.

**El tiempo de estadía promedio en Ecuador de visitantes internacionales es de aproximadamente una semana y depende del destino.** El promedio de estadía de los turistas internacionales en las islas es de 8 días, provenientes especialmente de Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Canadá y Francia. Monitoreos realizados por la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico de Quito<sup>3</sup> y el Observatorio Turístico de Guayaquil<sup>4</sup> muestran que la estadía promedio estimada de los viajeros en Quito es de 5 días, mientras que en Guayaquil es de 3,2 días. Según el Ministerio de Turismo<sup>5</sup>, la proyección del gasto promedio durante la estancia de turistas internacionales fue en 2022 de \$1.344, partiendo de datos prepandemia y ajustado a la inflación. Según el INEC (2022), los principales motivos de llegada de extranjeros a Ecuador en 2022 fueron: un 59,7% turismo, 21% residir en el país, 7,5% asistir a eventos, 2,5 % hacer negocios y un 2,1% por viaje de paso.

**Ecuador registra un comportamiento creciente en el ingreso por turismo, con una recuperación del 59% respecto a sus niveles prepandemia de 2019.** Según el INEC (2022), los ingresos por concepto de turismo alcanzaron su máximo histórico en 2018 con alrededor de 2,4 millones de visitantes. La pandemia de COVID afectó gravemente al sector en 2020, reduciendo el número de turistas en un 77%. Sin embargo, en 2021 y 2022 se observó una recuperación progresiva, con incrementos del 26% y 106% respectivamente en comparación con el año anterior.

---

<sup>1</sup> Datos disponibles [aquí](#).

<sup>2</sup> El Observatorio de Turismo de las Galápagos es un órgano asesor y generador de información estadística de las islas Galápagos para la toma de decisiones, tanto en entidades públicas como en negocios privados. Disponible [aquí](#).

<sup>3</sup> La Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico de Quito es una entidad que se encarga de desarrollar y promocionar el turismo y la industria de reuniones en la capital ecuatoriana, en alianza con el sector público y privado. Disponible [aquí](#).

<sup>4</sup> El Observatorio Turístico de Guayaquil es un centro que recoge y analiza datos sobre los visitantes que llegan a la ciudad, sus motivos, preferencias, gastos y satisfacción, con el fin de mejorar la oferta y el desarrollo turístico. Datos provistos [aquí](#).

<sup>5</sup> Cifra publicada [aquí](#).

**El principal mercado emisor de turistas internacionales ha sido tradicionalmente Estados Unidos, que en ese año aportó con el 34,4% de los visitantes.** Colombia fue el segundo más importante, con el 20,7%. Le siguen Perú y España con el 11,2% y 8,7% respectivamente. Panamá, México, Brasil, Chile y Argentina sumados aportaron el 10,2% de turistas. Otros países europeos como Alemania, Francia, Reino Unido, Italia y Suiza representaron juntos el 6,1% de las llegadas. El 19,6% de los turistas que visitaron el país tienen aproximadamente entre 30 a 39 años (*millennials*), mientras que el grupo de personas que supera los 50 años (*boomers*) representan el 33%. El 44,6% de los turistas pertenecen al sexo femenino y el 55,4%, al masculino.

**El turismo interno muestra una preferencia por viajes con fines recreativos en grupos pequeños hacia destinos urbanos, con pernoctaciones de hasta tres noches.** La Encuesta de Turismo Interno<sup>6</sup> de 2022 revela que los destinos más visitados en el país fueron Guayaquil (9,4%), Quito (8,9%), Cuenca (8%), Manta (5,5%) y Baños (4,7%). En cuanto al tipo de alojamiento, la mayoría de los turistas se hospedó en hoteles (45,4%), seguido por hostales (20,4%) y viviendas propias (18,6%), con un promedio de tres noches de pernoctación. El gasto promedio total fue de US\$ 487 por turista. Respecto al transporte, el 42% prefirió trasladarse en vehículo propio, mientras que el 32,87% optó por autobús y flotas. Sobre el tamaño del grupo, predominaron los viajes de 3 personas (33,3%), 2 personas (22,2%) y 4 personas (18,2%). Finalmente, las vacaciones, el recreo y el ocio (53,6%) fueron los principales motivos, seguidos por visitas a familiares y amigos (18,93%).

**No existe información que determine cómo se produce la elección de destino por visitar dentro de Ecuador para viajeros nacionales o internacionales.** Tampoco existe información de cómo se produce la decisión de consumo de servicios turísticos. A partir de la información obtenida en grupos focales y entrevistas, se concluye que, en los últimos cinco años, la tendencia de consumo de servicios directos de proveedores locales ha incrementado, y las reservaciones a hoteles y consumo de servicios relacionados con el sector se efectúan a través de plataformas en línea.

**El sector turístico ecuatoriano supera los niveles prepandémicos en ventas, liderado por la alimentación y el transporte aéreo.** Según los datos publicados por el Servicio de Rentas Internas<sup>7</sup> hasta julio de 2023, las ventas de este sector alcanzaron los 3,3 millones, un 9% más que en 2019. Esto representa una recuperación significativa tras la caída del 48,8% en 2020 debido a la pandemia. La industria de alimentación aportó el 44,3% de las ventas, seguida por el transporte aéreo con el 20,7%, la operación e intermediación con el 13,8% y el transporte terrestre con el 12,1%.

**El sector de viajes y turismo de Ecuador representó el 4,2% del PIB nacional en 2022, generando 4,6 mil millones de dólares y más de 390.000 empleos.** De acuerdo con el World Travel & Tourism Council (WTTC)<sup>8</sup>, el país presenta una mejoría respecto a 2021, donde había contribuido con 3.200 millones de dólares al PIB nacional (4,1%) y generado cerca de 370.000 empleos. Se espera que, al concluir 2023, este sector represente el 4,4% del PIB con 5000 millones de dólares y más de 410.000 empleos. Además, se proyecta que para 2033 el sector aportará 7,5 mil millones de dólares (5,2% del PIB) y generará cerca de 481.000 empleos.

**Ecuador muestra fortalezas en su oferta de recursos naturales y apertura internacional. Sin embargo, aún existen brechas por cerrar en competitividad**

---

<sup>6</sup> La Encuesta de Turismo Interno tiene como objetivo conocer las preferencias y hábitos de los internautas ecuatorianos que usan internet y redes sociales para planificar sus viajes dentro del país. Datos disponibles [aquí](#).

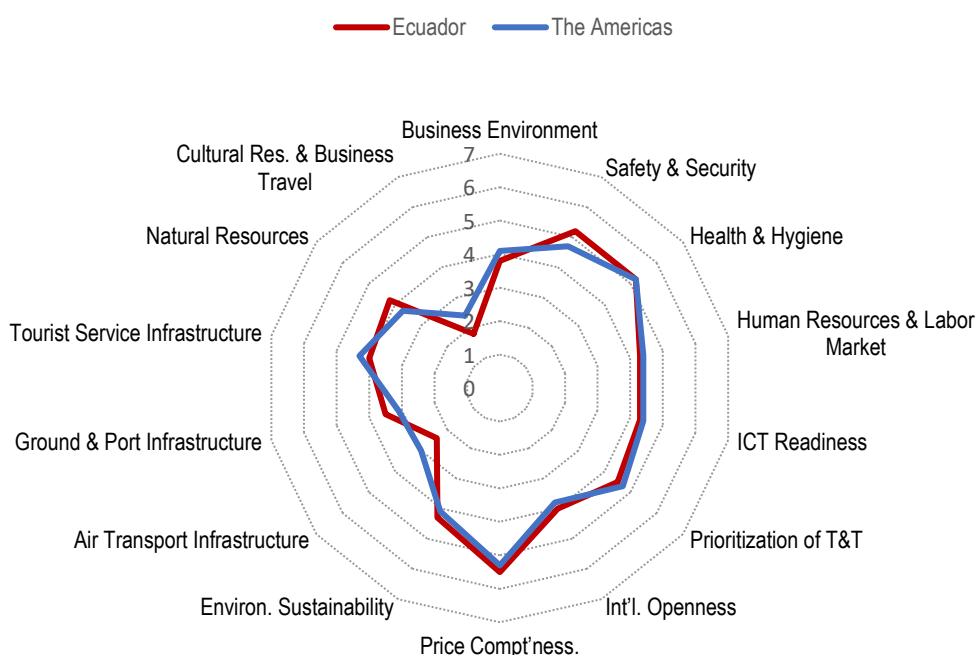
<sup>7</sup> Datos tomados de [aquí](#).

<sup>8</sup> Nota de prensa disponible [aquí](#).



**turística.** El Índice de Competitividad Turística<sup>9</sup> 2021 ubicó a Ecuador en el puesto 73 entre 117 países, con un puntaje de 3,8, alejado del promedio mundial en 5,7%<sup>10</sup>. De acuerdo con su índice prepandemia<sup>11</sup>, Ecuador destaca a nivel mundial en indicadores de recursos naturales (4,2) y apertura internacional (4,0), ubicándose en los puestos 23 y 36 respectivamente. Se evidencian oportunidades de mejora en ambiente de negocios (3,8), donde se ubica en el 20% más bajo a escala global. Así también, existen desafíos en infraestructura de servicios turísticos (4,0), con 0,3 puntos por debajo del promedio regional, infraestructura de transporte aéreo (2,4), con 0,6 puntos por debajo del promedio de la región y recursos culturales & viajes de negocios (1,8), con 0,6 puntos por debajo del promedio de las Américas.

**Gráfico 1. Competitividad Turística de Ecuador y de las Américas (2019)**



Fuente: World Travel & Tourism Council.

## b) Contexto de política pública

**La Ley de Turismo (2002) es el reglamento máximo para la regulación del sector turístico.** Esta ley orgánica fue emitida en reemplazo de la Ley Especial de Desarrollo Turístico (1997) como un esfuerzo para actualizar dicha ley<sup>12</sup>. El objetivo de la ley es definir el marco legal para la promoción, desarrollo y regulación del sector turístico, así como las obligaciones, potestades y derechos de los actores que intervienen en el sector. Según el texto legal, se considera turismo al “desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente

<sup>9</sup> El objetivo del Índice de Competitividad Turística es medir el conjunto de factores y políticas que permiten el desarrollo sostenible y resiliente del sector turístico, que a su vez contribuye al desarrollo de un país. Información obtenida de reportes de los años [2021](#) y [2019](#).

<sup>10</sup> World Economic Forum. 2021. Travel & Tourism Development Index 2021: Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future. Disponible [aquí](#).

<sup>11</sup> World Economic Forum. 2019. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019: Travel and Tourism at a Tipping Point. Disponible [aquí](#).

<sup>12</sup> La ley permanece vigente a la fecha de redacción del documento, es decir, 2023, aunque ha sufrido reformas. La última modificación se realizó en 2020.

en ellos<sup>13</sup> y reconoce la importancia de la iniciativa e intervención de actores privados, públicos (a nivel nacional y subnacional) y de la participación comunitaria, en el desarrollo del sector. También, se enfatiza el aporte de los recursos naturales, culturales, históricos y arqueológicos en el turismo.

**Además de la Ley de Turismo (2002), hay otras normativas vigentes de carácter nacional.** En este sentido, actúan el Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas (2016) y el Reglamento General a la Ley de Turismo (2004), los cuales amplían el marco regulatorio de las actividades turísticas del país. Por ejemplo, el Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas (2016) regula la actividad turística dentro de espacios considerados dentro del Subsistema Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (PANE)<sup>14</sup> y regula el otorgamiento de Permisos Ambientales de Actividades Turísticas dentro de estas áreas.

**El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística en Ecuador y se encuentra representado en las cuatro regiones del país<sup>15</sup>.** Le corresponde elaborar y expedir las políticas públicas nacionales de turismo, determinar el marco legal para la regulación del sector (normas jurídicas secundarias, normas técnicas, normas de calidad), el otorgamiento de derechos y de autorizaciones administrativas. Tiene, además, potestad sancionadora. Planifica la actividad turística del país y de las áreas naturales protegidas, elabora las estadísticas nacionales de turismo, administra el inventario de recursos turísticos, promueve la inversión nacional y extranjera y planifica la promoción turística nacional e internacional, así como su ejecución. A través de la Ley de Turismo, se dispuso la creación del Consejo Consultivo de Turismo, que funge como un organismo asesor al Ministerio de Turismo sobre temas de actividad turística. El consejo es presidido por el Ministerio de Turismo y tiene la participación de otras carteras ministeriales y actores del Estado<sup>16</sup>.

**Otros actores públicos vinculados a la actividad turística son el Ministerio de Ambiente (MAE) y el Ministerio de Cultura.** Estas entidades son los regentes de las actividades en parques y reservas naturales y para el fomento de la cultura, respectivamente. El MAE es responsable de la protección, conservación y gestión del medio ambiente y los recursos naturales del país, enfocándose sus competencias en la elaboración de políticas ambientales, conservación de la biodiversidad, control y gestión de recursos naturales, evaluación y control ambiental, cambio climático y mitigación de emisiones de gases de efecto invernadero, educación ambiental y participación ciudadana. El Ministerio de Cultura es el responsable de la promoción, protección y difusión del patrimonio del país, de modo que sus competencias se concentran en la promoción cultural, la protección y conservación del patrimonio, el fomento a las artes, el desarrollo de políticas culturales, la gestión de archivos y bibliotecas y el fomento al turismo cultural.

**También desde el ámbito público, los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) tienen competencias en el desarrollo y fomento turístico en sus territorios de acción.** El Ecuador se divide en 24 provincias, cada una con su propio Gobierno Provincial, y en 221 cantones, administrados por Gobiernos Cantonales. Cada GAD

---

<sup>13</sup> Ley de Turismo (2002), Registro oficial No. 733.

<sup>14</sup> El Subsistema Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (PANE) es uno de los cuatro subsistemas definidos a partir de la Constitución del Ecuador (2008), la cual en su artículo 405 definió la creación del Sistema Nacional de Áreas Protegidas. En total, el sistema definido en la Constitución está compuesto de los subsistemas: estatal (es decir, PANE), autónomo descentralizado (ejercido a través de los GAD), comunitario (correspondiente a territorios comunitarios) y privado (correspondiente a áreas protegidas de dominio privado).

<sup>15</sup> Las regiones del Ecuador son Costa, Sierra, Amazonía, Insular (islas Galápagos).

<sup>16</sup> En el Consejo se incluyen representantes del Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Ambiente, Federación Nacional de Cámaras de Turismo, Asociaciones Nacionales de Turismo, Asociación de Municipalidades del Ecuador, Consorcio de Consorcios Provinciales del Ecuador y de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador.

cuenta con un presupuesto establecido para turismo y tienen la potestad de definir acciones o proyectos por realizar que, por lo general, se ejecutan a través de una unidad especializada. Los GAD son responsables de otorgar las licencias anuales de funcionamiento a los establecimientos o empresas privadas que desarrollan su actividad en sus territorios administrados.

**En Quito, Cuenca y Guayaquil existen otras entidades que intervienen en el sector turístico.** En estos territorios funcionan Quito Turismo, la Fundación de Turismo de Cuenca y la Empresa Pública Municipal de Turismo de Guayaquil, respectivamente. Estas se encuentran estructuradas y enfocadas en el desarrollo y *marketing* del turismo en sus localidades y responden a cada uno de sus gobiernos municipales. Cada una cuenta con sus propios planes estratégicos y un presupuesto definido para el fomento y el desarrollo del sector.

**Las cámaras de turismo actúan como representantes de la actividad turística desde el sector privado en sus localidades.** Las cámaras están conformadas por empresas y entidades privadas que se dedican a alguna o varias de las actividades turísticas reconocidas por la Ley de Turismo (2002), la Ley de Cámaras de Turismo (1995) y la Federación Nacional de Cámaras de Turismo<sup>17</sup>. La Federación Nacional de Cámaras de Turismo es la entidad que agrupa a todas las cámaras provinciales y cuyo objetivo principal es presentar, a quien considere oportuno y que tenga relación con el turismo, las necesidades y requerimientos del sector turístico. Además, la Federación solicita e impulsa iniciativas dirigidas a los poderes Legislativo y Ejecutivo para la expedición o modificación de leyes y disposiciones que beneficien o afecten al turismo.

**Tabla 1. Mapeo de actores del sector turístico Ecuador**

ECUADOR			
n.º	Actores públicos	n.º	Actores privados
1	Ministerio de Turismo de Ecuador	1	Fenacaptur Federación Nacional de Cámaras de Turismo
2	Ministerio de Ambiente de Ecuador	2	Cámaras Provinciales de Turismo
3	Ministerio de Cultura de Ecuador	3	Optur Asociación Nacional de Operadores Turísticos
4	Ministerio de Transporte y Obras Públicas	4	ASECUT Asociación de Agencias de Viajes
5	Ministerio de Producción, Comercio, Inversiones y Pesca - Proecuador	5	ARLAE Asociación de Representantes de Líneas Aéreas
6	Quito Turismo	6	AHOTEC Asociación Hotelera del Ecuador
7	Fundación de turismo de Cuenca	7	HQM Hoteles de Quito Metropolitano
8	Empresa Pública de Turismo de Guayaquil	8	Burós de Convenciones
9	GAD, gobiernos locales, departamentos de turismo	9	Asociaciones de Guías de Turismo

<sup>17</sup> Según el artículo 5 de la Ley de Turismo (2002), se consideran actividades turísticas: (1) alojamiento, (2) servicio de alimentos y bebidas, (3) transportación (aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos) cuando se dedica principalmente al turismo, (4) Servicios de transporte provistos por agencias de viaje, (5) servicios de intermediación como agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos, y (6) casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

ECUADOR			
n.º	Actores públicos	n.º	Actores privados
10	DGAC Dirección General de Aviación Civil	10	FEPTCE Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador
11	Asociación de Municipalidades del Ecuador	11	ASOGAL Asociación de Operadores Turísticos de las Galápagos
12	CONGOPE Consorcio de Gobierno Provinciales del Ecuador	12	Instituciones de Educación Superior y Técnica en Turismo

Fuente: Equipo consultor.

### c) Inventario de recursos turísticos

Se levantó el inventario de recursos turísticos con base en el **Inventario de Recursos y Atractivos Turísticos publicado por el Ministerio de Turismo del Ecuador (2019)**<sup>18</sup>. Este inventario es gestionado de manera directa para su actualización por los GAD, cuyos principales recursos identificados en este compendio se ubican en Ecuador continental y, particularmente, a lo largo de la región del Qhapac Ñan. El Qhapac Ñan es una ruta o “ñan” (camino) conformado por montañas, volcanes, vestigios arqueológicos, asentamientos de diversos grupos étnicos, mercados indígenas, haciendas, áreas protegidas, cultivos de productos agrícolas andinos, entre otros. Debido a la cantidad de elementos turísticos específicos ubicados a lo largo del Qhapac Ñan, se seleccionó a este como el recurso turístico de interés del presente análisis. La sección Estudio de Caso, a continuación, explica con amplitud y justifica las razones por las que se identificó y eligió al Qhapac Ñan como producto turístico con potencial de ser sostenible e innovador.

## 3. Selección de los casos de estudios

**El presente informe parte de un diagnóstico situacional del turismo en Ecuador, el cual permitió profundizar en el contexto del turismo local.** Las variables de análisis consideradas tomaron en cuenta criterios como la participación del turismo en el producto interno bruto (PIB), el volumen de llegadas, el movimiento del turismo doméstico, los ingresos relacionados con actividades turísticas, el análisis de competitividad turística y la oferta y la demanda de servicios turísticos. Además, se tomaron en cuenta el índice de pobreza, la situación del empleo turístico, nivel de conservación de recursos, capital social y el potencial de involucramiento del sector público, privado y capacidad de atracción de inversión. El análisis permitió realizar un diagnóstico de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) (ver Tabla 6) y un mapeo de actores.

### a) Metodología de selección

**La selección del recurso turístico surgió del levantamiento de información a través de reuniones, entrevistas y grupos focales en el marco del Modelo de Priorización de Recursos Turísticos.** A partir de los inventarios existentes se priorizaron los activos turísticos potenciales que, según la opinión del sector turístico público y privado, podrían convertirse en anclas innovadoras para revitalizar y promover el desarrollo turístico sostenible. La evaluación de recursos turísticos estuvo basada en el análisis de cinco variables: Unicidad, Valor intrínseco, Notoriedad, Concentración de

<sup>18</sup> Ministerio de Turismo. Metodología de levantamiento del inventario de atractivos turísticos. Disponible [aquí](#).

la oferta y Carácter propio. Las variables fueron ponderadas con base en una escala del 1 al 5, siendo 5 el valor más alto y 1 el valor más bajo (ver tabla B en el anexo B1 para descripción de los criterios de evaluación). Los resultados de esta evaluación se presentan de seguido.

**Tabla 2. Descripción de criterios de análisis**

<b>Recurso Turístico Qhapac Ñan</b>	
<b>Criterio</b>	<b>Descripción de criterios</b>
<b>Unicidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sitio único debido a su historia, cultura y relevancia como patrimonio mundial.</li> <li>• Ubicación que conecta comunidades, paisajes diversos, sitios arqueológicos, recursos naturales y geográficos.</li> <li>• Representa la herencia ancestral y la riqueza cultural de la región andina.</li> </ul>
<b>Valor Intrínseco</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valor ligado a su geografía, biodiversidad, cultura ancestral, patrimonio arqueológico, paisaje, importancia espiritual y ceremonial.</li> <li>• Valor intrínseco que trasciende el valor monetario que puede ofrecer el Qhapac Ñan.</li> <li>• Importancia histórica, cultural e identitaria para el Ecuador.</li> <li>• Inspira un sentido de conexión con las raíces ancestrales y el legado de las antiguas civilizaciones.</li> </ul>
<b>Notoriedad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Naturaleza y biodiversidad de la región que no ha sido aprovechada.</li> </ul>
<b>Concentración de oferta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La zona concentra atractivos culturales, naturales, servicios turísticos, pueblos y comunidades indígenas.</li> </ul>
<b>Carácter propio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carácter propio influenciado por lo andino y su ubicación en la línea ecuatorial.</li> </ul>

Fuente: Equipo consultor.

**Se caracterizó el producto turístico a través de sus principales diferenciadores y las tendencias de viaje existentes.** Con los resultados obtenidos en la evaluación, se procedió con la caracterización del producto turístico, desde el lado de la oferta, lo cual considera el análisis de los principales recursos diferenciadores que ofrece el Qhapac Ñan. Y, con un enfoque desde la demanda, se caracterizó el producto con la identificación de las principales tendencias de viaje a nivel mundial. De esta manera, se identificó a los principales diferenciadores y tendencias relevantes para el análisis del Qhapac Ñan y a través de un análisis cuantitativo realizado mediante la Matriz de Relacionamiento de Tendencias y Diferenciadores. Esta actividad fue realizada en conjunto con actores participantes en la industria turística durante grupos focales. En las Tablas 3 y 4 se describen los principales diferenciadores y tendencias identificados en los ejercicios de grupos focales y entrevistas, y que caracterizan al Qhapac Ñan.

**Tabla 3. Principales diferenciadores del Qhapac Ñan**

Diferenciadores	Qhapac Ñan
Cercanía	Permite al turista disfrutar de más experiencias en diversos territorios, evitando altas inversiones de tiempo en movilizarse entre los atractivos.
Biodiversidad	<p>Pisos ecológicos, microclimas y conjuntos naturales de flora y fauna que a lo largo de la historia natural han sido influenciados por la cercanía a la latitud 0°0'0", la luminosidad y clima, y la penetración hasta los Andes meridionales del Chocó Andino.</p> <p>Es una zona de transición entre los Andes y la Amazonía y conforma uno de los lugares de mayor biodiversidad del planeta.</p>
Diversidad cultural	Culturas ancestrales precolombinas, pueblos y comarcas con distintivas manifestaciones culturales expresadas en sus atuendos y su vestimenta, sus ritos, su gastronomía y su saber ancestral.
Ubicación geográfica	La ecuatorialidad: ubicación privilegiada en la mitad del mundo con una luminosidad única que da lugar a su biodiversidad y belleza paisajística.
Diversidad gastronómica	Gastronomía diversa, potenciada por la amplia variedad de productos existentes a razón de sus pisos climáticos y biodiversidad.

Fuente: Equipo consultor.

**Tabla 4. Principales tendencias de viaje**

Tipología	Tendencias
Turismo cultural y patrimonial	El turismo cultural, según la OMT, es uno de los segmentos de mayor crecimiento de la industria y representa aproximadamente un 40% de las motivaciones. Se refiere a la visita a sitios patrimoniales y religiosos, artesanía, artes escénicas, gastronomía, fiestas y eventos, entre otros. Luego de la pandemia, ha regresado a ser tendencia, con algunas variantes: los turistas ahora se interesan por la parte inmaterial de la cultura, se interesan por las tradiciones de la gente, sus formas de vida, su gastronomía, actividades y trabajo. Los turistas se sienten comprometidos con la recuperación de lo patrimonial.
Ecoturismo	Es un área de turismo que ha ido creciendo. Implica viajar a destinos donde la flora y la fauna son los protagonistas, y se centra en las aventuras y actividades en la naturaleza, en el voluntariado, el crecimiento personal y el aprendizaje de nuevas formas para vivir. Destacan el <i>trekking</i> , paseos en bicicleta, <i>rafting</i> , avistamiento de

Tipología	Tendencias
	aves, etc. Se calcula que esta actividad crecerá hacia el 2032 en un 15% (Spherical insights 2023) <sup>19</sup>
Agroturismo y turismo rural	Por efecto de la pandemia, el interés por el agroturismo se va a expandir en un 13% hacia el año 2027 (Forbes 2023) <sup>20</sup> . Esta actividad relaciona la agricultura con el turismo, el interés de las personas por llegar a la naturaleza y ser parte de una actividad tan antigua como es el cultivo de alimentos y participar en la vida diaria de las comunidades. A los turistas les interesa colaborar en esta actividad, ya sea al comprar productos, hospedarse o hacer trabajo voluntario.
Turismo de aventura	El turismo de aventura es el viaje a destinos remotos o exóticos y la realización de actividades: ascender montañas, ciclismo de montaña, espeleología, escalada, ciclismo, campamentos, <i>glamping</i> en lugares remotos, <i>trekking</i> y senderismo, ranchos para turistas, equitación, entre otras. Se considera que el número de viajeros para actividades de aventura crecerá un 29% hacia el 2032 <sup>21</sup> .
Turismo de salud, bienestar y <i>wellness</i> ancestral	Turismo de salud y bienestar se entienden como los viajes que buscan mantener y mejorar el bienestar de las personas. Existen viajes cuyo único propósito es actividades de salud, y otros que a lo largo del viaje incluyen actividades relacionadas. Actividades: <i>boot camps</i> , retiros espirituales, meditación, yoga, spas, acupuntura, temazcal, nutrición, cata de productos orgánicos y ejercicios.
Turismo transformacional	De acuerdo con la OMT: “La noción de turismo transformador, o nuevo turismo, se refiere a turistas con conciencia social y ambiental, que emplean el turismo como un medio transformador para reinventarse y promover prácticas sostenibles que tienen un impacto positivo en las comunidades locales”. Se vincula mucho a naturaleza, comunidades, restauración de naturaleza y patrimonios, ejercicio, etc., pero siempre relacionado a una forma espiritual al realizar la actividad.
Turismo regenerativo	“El turismo regenerativo parte de una lectura del lugar con visión sistémica, promueve las relaciones entre los seres que cohabitan y visitan un destino, crea condiciones a favor de todas las formas de vida del lugar, e incluye acciones de prevención, mitigación, compensación y conservación, generando beneficios para la comunidad anfitriona, las personas viajeras y el destino” (entrevistas). No hay estadísticas aún sobre la cantidad de personas que viajan hacia un destino con este propósito.

Fuente: Equipo consultor.

**Se aplicó la Matriz de Relacionamiento de Tendencias y Diferenciadores para caracterizar el Qhapac Ñan.** La Matriz de Relacionamiento de Tendencias y Diferenciadores está basada en un análisis cuantitativo del nivel de relación entre las principales tendencias identificadas y la oferta de diferenciadores turísticos del destino. Concretamente, evalúa con base en una ponderación que va desde 0 a 5, siendo 0 el que muestra la no existencia de relación entre la tendencia identificada y el diferenciador

<sup>19</sup> Spherical Insights. 2023. *Global Ecotourism Market Insights Forecasts to 2032*. Disponible [aquí](#).

<sup>20</sup> Forbes. 2022. The Rise of Agritourism (And How Brands Can Respond). Disponible [aquí](#).

<sup>21</sup> Allied Market Research. 2023. *Adventure Tourism Market Research, 2032*. Disponible [aquí](#).

seleccionado, 1 implica una baja relación y 5 significa una alta relación. La metodología de caracterización del producto turístico agrupa las evidencias e información levantada de acuerdo con categorías relacionadas con recursos y atractivos, servicios turísticos, infraestructura turística, actividades turísticas, lineamiento de mercado y lineamientos de política pública.

**Una vez priorizados los principales diferenciadores y tendencias, se logró establecer los atributos por considerar para el planteamiento de lineamientos de promoción y mercadeo.** Así mismo, se identificaron los lineamientos de política pública para el fomento, promoción y consolidación del producto turístico propuesto. Esta metodología facilita la identificación de los elementos más importantes y que describen la potencial oferta turística para el producto identificado, es decir, el Qhapac Ñan.

**Tabla 5. Matriz de relacionamiento de tendencias y diferenciadores**

	D1	D2	D3	D4	D5	
T1	3	0	3	2	4	12
T2	5	3	2	4	3	17
T3	0	1	3	2	2	7
T4	3	4	5	3	2	17
	11	8	13	11	11	

Fuente: Equipo consultor.

**Los resultados se complementaron con una investigación primaria y secundaria acorde con el marco temporal de levantamiento y análisis de información.** Esta información contribuye al análisis sobre el aprovechamiento de recursos turísticos para su puesta en valor y transformación en productos innovadores que respondan a las necesidades del mercado. El levantamiento de datos de fuentes primarias se realizó a través de entrevistas semiestructuradas. Los datos cualitativos se obtuvieron de reuniones, en las cuales participaron más de 80 actores claves del sector turístico<sup>22</sup>. En este sentido, para el análisis de la información de carácter cualitativa, como técnica metodológica, se utilizó el método de Análisis de Contenido, el cual implica revisar, categorizar la información y buscar e identificar patrones. Para más detalle de la lista de fuentes secundarias consultadas, ver la Tabla C1 del Anexo C.

**El método de Análisis de Contenido consiste en la implementación de entrevistas, grupos focales y mesas de diálogo con actores.** Primero, se realizan entrevistas abiertas a actores clave relacionados con la cadena de valor del turismo o con los dominios que facilitan el desarrollo del ecosistema turístico, incluye a representantes del sector público, privado, comunitario, académico, de cooperación y sociedad civil. Se realizaron grupos focales con expertos y actores clave del ecosistema del sector turismo para alimentar los ejercicios de análisis e identificación de diferenciadores y tendencias. Además, se implementaron mesas de diálogo con actores público-privados de acuerdo con los dominios del ecosistema de la actividad turística.

**Se consideró la Teoría de Océanos Azules como herramienta metodológica para la caracterización de los diferentes elementos que formarían parte del producto turístico.** Esta metodología tiene el objetivo de identificar y definir nuevas oportunidades en el mercado mediante la innovación de productos. De este modo, se busca

<sup>22</sup> El análisis de la información proveniente de las entrevistas fue grabado, a fin de realizar un procesamiento de los datos. Los participantes fueron consultados antes de grabar las reuniones, de modo que se respetó su consentimiento y privacidad.



transformar propuestas de productos sin valor agregado en propuestas que aporten valor agregado y diferenciación, identificando las oportunidades de posicionamiento del producto turístico en el mercado internacional. Según Kim y Mauborgne (2005), la Teoría de Océanos Azules busca romper los paradigmas y reglas de juego para conformar y ofrecer nuevos servicios y productos para satisfacer las demandas de los consumidores que todavía pueden ser aprovechadas.

**Después del diagnóstico situacional para el turismo de Ecuador, se seleccionó al Qhapac Ñan como producto turístico con potencial.** El Qhapac Ñan se erige, a través del territorio del Ecuador continental, como una columna vertebral, atravesando el país de norte a sur con ramales hacia el este y oeste que conducen hacia la costa del Pacífico y Amazonía ecuatorianas. Ciertos tramos ofrecen un contacto profundo con la naturaleza, internándose en entornos vírgenes de páramo, cruzando la zona más volcánica de Sudamérica y el relieve de montañas emblemáticas del país. Accesible desde las principales ciudades andinas, el “Camino del Inca” pasa cerca de pueblos y comunidades indígenas que conservan su cultura ancestral. A su vez, atraviesa parques nacionales y reservas naturales con amplia biodiversidad.

**Tabla 6. Análisis FODA del Qhapac Ñan**

Aspectos Positivos	
Fortalezas	<b>Patrimonio cultural y arqueológico único:</b> representa una parte importante de la historia y la cultura ancestral de Ecuador.
	<b>Patrimonio natural:</b> una de las zonas más diversas del mundo.
	<b>Atracción turística:</b> atrae a visitantes nacionales e internacionales interesados en explorar y experimentar la historia y la cultura de los antiguos habitantes de la región andina.
	<b>Conexión comunitaria:</b> fomenta la conexión y el intercambio cultural entre las comunidades locales, fortaleciendo los lazos comunitarios y preservando las tradiciones ancestrales.
	<b>Potencial para la investigación:</b> los segmentos del Chapac Ñan en Ecuador brindan oportunidades para la investigación arqueológica y antropológica, lo que contribuye al conocimiento académico y científico.
Oportunidades	<b>Factores climáticos:</b> ubicación geográfica en la mitad del mundo.
	<b>Turismo sostenible:</b> existe la oportunidad de desarrollar un turismo sostenible en torno al Chapac Ñan, promoviendo la conservación del patrimonio cultural y natural, así como la generación de empleo y desarrollo económico en las comunidades cercanas.
	<b>Educación y sensibilización:</b> se pueden implementar programas educativos y actividades de sensibilización para promover la importancia del Chapac Ñan.
	<b>Cooperación internacional:</b> el Chapac Ñan es un sistema de caminos que atraviesa varios países de América del Sur. Se debe promover la cooperación entre los países involucrados para su preservación y promoción conjunta.
	<b>Adaptabilidad a nuevas tendencias:</b> recurso altamente adaptable a las demandas del mercado.

## Aspectos Negativos

Debilidades	<p><b>Mantenimiento y conservación:</b> los recursos asociados con el mantenimiento y la conservación del Chapac Ñan son una debilidad, ya que afectan su estado de preservación.</p> <p><b>Acceso limitado:</b> el Chapac Ñan en Ecuador puede tener un acceso limitado, lo que dificulta la visita turística.</p> <p><b>Conciencia y protección:</b> desde el punto de vista del accionar público es una debilidad la falta de protección del camino.</p>
Amenazas	<p><b>Expansión urbana e infraestructura:</b> potencialmente, dañar o destruir los segmentos del Chapac Ñan y afectar la calidad ambiental y la experiencia turística.</p> <p><b>Delincuencia:</b> deterioro o desaparición de los elementos patrimoniales del Chapac Ñan, así como poner en peligro la seguridad de los visitantes y las comunidades locales.</p> <p><b>Inestabilidad política:</b> podría generar conflictos sociales, violencia, protestas o cambios abruptos en las políticas públicas que afecten la gestión y la protección del Chapac Ñan.</p> <p><b>Percepción de inseguridad nacional:</b> desalentaría a los turistas de visitar el Chapac Ñan y afectar la imagen y la reputación del país como destino turístico.</p>

Fuente: Equipo consultor.

## 4. Estudio de caso: El Qhapac Ñan o Camino del Inca

### a) Antecedentes

**El Qhapac Ñan es un patrimonio cultural de la humanidad reconocido por la UNESCO.** Su importancia radica en su valor histórico, cultural, arquitectónico y natural y su preservación es crucial para la identidad y el bienestar de los pueblos andinos y la humanidad en su conjunto. Su construcción data del siglo XV y es un sistema de caminos que se extiende a lo largo de más de 30.000 kilómetros desde el sur de Colombia hasta Argentina. Este sistema de caminos es considerado un testimonio invaluable de la ingeniería y organización de los incas, así como un símbolo de la diversidad y riqueza de las culturas andinas (Mendoza, 2017). Es una de las principales atracciones turísticas de la región con potencial de transformarse en un ancla de desarrollo y dinamización por su valor histórico, cultural, natural, económico y social.

**La idea de aprovechar el potencial del antiguo camino del inca (Qhapac Ñan) se erige en reconocerlo como un producto turístico atractivo y valioso por su riqueza histórica, cultural, natural y paisajística.** Ofrece oportunidades para desarrollar un producto integral que responda a distintas modalidades de turismo, incluso de forma especializada: turismo cultural, turismo vivencial, turismo de aventura, turismo arqueológico y sostenible, entre otros. También responde a la conservación de bosques andinos, zonas de páramo, sus fuentes de agua y biodiversidad. Al transformar el Qhapac Ñan en un producto turístico, los pueblos y comunidades automáticamente se convierten en conservadores del camino, de modo que reciben beneficios a cambio del servicio turístico, con la protección, manejo compartido y sostenible del recurso. El correcto manejo de este recurso contribuiría a la desconcentración y desarrollo de los pueblos aledaños a través de toda la espina dorsal de los Andes del Ecuador.

**El Qhapac Ñan integra más de 100 recursos naturales y culturales a lo largo de su recorrido.** El Ecuador destaca por la enorme cadena montañosa, los Andes, que provee

una enorme oferta de recursos naturales, culturales, históricos y de utilidad para la investigación científica. Buena parte de estos elementos ya han sido identificados por el MINTUR en su inventario, los cuales han sido catalogados como recursos de elevado potencial turístico; sin embargo, fueron identificados de forma independiente y no articulados. De este modo, se puede aprovechar y transformar estos recursos para la conformación de un producto turístico atomizado.

**El Qhapac Ñan como producto turístico es un concepto innovador.** El Qhapac Ñan integra conceptual y espacialmente una referencia turística de clase mundial. Para la construcción de política pública, se puede aprovechar la interrelación de los recursos existentes a su alrededor para conformar un producto integrado. El Qhapac Ñan es considerado un producto mercadeable debido a que se ubica en el centro y facilita el acceso a otros recursos turísticos existentes. Su promoción puede contribuir a concebir al país de una manera única y, desde el punto de vista del turista, su recorrido puede proponerse como un reto novedoso. Según las encuestas y grupos focales con actores de la industria, el país es conocido por su riqueza natural, pero otros elementos son desconocidos: riqueza étnica, mercados nativos, pueblos y ciudades secundarias, riqueza arqueológica y biodiversidad.

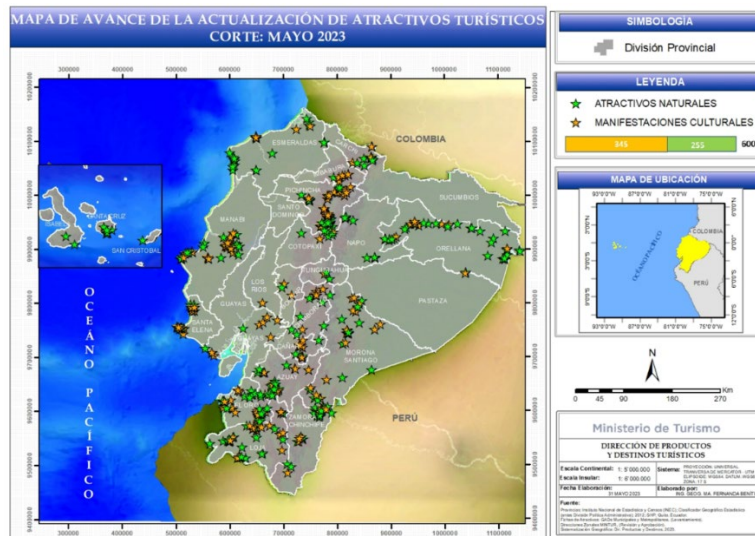
**En el caso de Ecuador, el Qhapac Ñan atraviesa el país desde la frontera norte en Rumichaca, provincia del Carchi, hasta la frontera sur en el cantón Espíndola, en la provincia de Loja.** Corresponden a 447 km de camino, de los cuales 108,9 km han sido restaurados, con un estado de conservación muy bueno. Del camino principal se desprenden ramales que van hacia la costa del Pacífico y por el este hacia la Amazonía, conectando hasta la actualidad con comunidades y pueblos indígenas y llegando hacia las ciudades principales (Mendoza, 2017). Desde las cumbres nevadas que alcanzan más de 6000 metros de altura y pasando por diferentes pisos climáticos, cruza páramos, valles fértiles y tierras de cultivo, bosques tropicales húmedos, nublados y secos.

**El Qhapac Ñan recorre y conecta un importante sistema de áreas protegidas y es espacio de gran biodiversidad.** Recorre a través de los imponentes Andes o “Avenida de los Volcanes”, llamada así por Alexander von Humboldt, debido a la alineación de sus volcanes en sentido norte – sur. Además, abarca ciudades y pueblos, comunidades, mercados indígenas y haciendas. En este sentido, representa una herencia cultural invaluable para la humanidad y para los pueblos andinos que continúan habitando las regiones por donde pasa esta red.

Esta herencia cultural incluye prácticas, saberes y técnicas ancestrales relacionadas con la construcción y mantenimiento de estos caminos, la agricultura, la medicina tradicional y la organización social. Estos atributos hacen del Qhapac Ñan en Ecuador un enorme recurso con potencial de aprovechamiento para ser transformado en un producto turístico innovador, capaz de atraer públicos diferentes con intereses y motivaciones distintas.

**El Qhapac Ñan fue declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad en 2014 por la UNESCO.** A lo largo del camino, existen 101 sitios arqueológicos, más de 22 secciones de caminos y 2 subtramos, ubicados en 9 provincias del país: Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Chimborazo, Cañar, Azuay, Guayas y Loja. De acuerdo con el Gráfico 2 a continuación, se detallan los recursos turísticos existentes a lo largo del Qhapac Ñan que han sido identificados por el MINTUR (2023). Se observa la presencia de un gran número de atractivos naturales y culturales a lo largo del camino.

**Gráfico 2. Mapa de atractivos turísticos del Ecuador**



Fuente: WTTC.

### b) Capital Turístico

**Los volcanes, montañas y lagunas son el principal atractivo natural en el recorrido del Qhapac Ñan.** Según Hidalgo et al. (2014), existen 84 volcanes en el territorio ecuatoriano, de los cuales, 13 forman parte del trazado del Qhapac Ñan (ver Tabla D1 en el anexo D). El aprovechamiento turístico de la cordillera montañosa que atraviesa el Camino del Inca se vincula a su gran altura y nieves perpetuas, que motivan a la práctica de deportes de montaña y de alta montaña, la observación de fauna y flora, la observación estelar, entre otras actividades. Además, a lo largo del recorrido se encuentran 10 lagunas que ofrecen a los turistas su valor natural y cultural. Estos recursos naturales son considerados sagrados por las comunidades indígenas locales y ofrecen una variedad de actividades turísticas y recreativas (ver anexo C).

**Se contabilizan 101 sitios arqueológicos a lo largo de la ruta, según el Instituto de Patrimonio del Ecuador.** Estos recursos proveen valor histórico y cultural a las zonas recorridas por el camino y se conectan con la identidad y herencia de las comunidades con las que se conecta el Qhapac Ñan Entre. Algunos de ellos contienen elementos y construcciones preincas e incas y constituyen el principal patrimonio cultural de la zona (ver Tabla F1).

**Las comunidades locales ofrecen una muestra de tradiciones culturales y artesanías que invitan a experiencias auténticas y enriquecedoras para los visitantes.** En total son 13 grupos indígenas principales, entre los que se destacan las poblaciones de Otavalo, Cotacachi, Cayambe, Saquisilí, Salasaca, Colta, Sicalpa, Guamote, Cañar y Saraguro (ver TG1 en el anexo G). Se definen como las colectividades originarias, conformadas por comunidades o centros con identidades culturales, que se distinguen de otros sectores de la sociedad ecuatoriana, regidos por sistemas propios de organización social, económica, política y legal. Son un conjunto de pueblos milenarios anteriores y constitutivos del Estado ecuatoriano. Cada uno de estos grupos tiene su propia historia, lengua, tradiciones culturales y viven en un territorio determinado. Muchos de ellos han mantenido sus conocimientos ancestrales en agricultura, medicina natural y técnicas de construcción.

**La gastronomía del Qhapac Ñan en Ecuador combina ingredientes locales y técnicas ancestrales de cocina.** La gran biodiversidad de flora y fauna ha dado lugar al origen de diversas especies que constituyen la base alimentaria a nivel local y nacional. Se incluyen productos como la papa y el maíz, la quinua, las hierbas, especies

y frutas (ver Tablas H1, I1 y J1 en el anexo). Esto responde a la variedad de climas, la geografía, los diversos pisos ecológicos, ecosistemas y a la presencia del hombre, que ha sabido incorporar los frutos de la naturaleza a su *modus vivendi*.

Los visitantes pueden disfrutar de platos tradicionales como las sopas, los ceviches, empanadas y envueltos, las bebidas tradicionales y las de temporadas, los dulces y los productos a partir de las frutas, entre otros.

**En cada uno de estos mercados a lo largo del camino, los visitantes pueden experimentar la cultura y tradiciones indígenas de la región.** La base fundamental de la oferta gastronómica se inicia en los mercados indígenas a donde acuden de todas las comunidades a entregar sus productos, venderlos o intercambiarlos para su sustento diario. Los mercados ofrecen a los visitantes un espacio para interactuar con los comerciantes locales y comprar productos únicos y auténticos. Además, los mercados son un importante centro de la vida social y cultural de las comunidades locales.

### c) Servicios Turísticos

**En relación con la oferta de servicio turísticos se identificaron actividades vinculadas a propuestas de operadores turísticos a lo largo de las zonas en los Andes de Ecuador.** Estas todavía no se encuentran vinculadas al concepto Qhapac Ñan. La gran mayoría surge naturalmente y de forma independiente a partir de su cercanía a un recurso turístico. En la Tabla 7 a continuación se resume la descripción de las principales actividades que podrían vincularse al Qhapac Ñan<sup>23</sup>.

**Tabla 7. Actividades turísticas actuales - Qhapac Ñan, Ecuador**

Nombre	Actividades turísticas actuales - Qhapac Ñan, Ecuador
Caminatas y senderismo	Los Andes son conocidos por sus hermosas rutas de senderismo que atraviesan paisajes naturales impresionantes, así como pueblos y comunidades indígenas. Los visitantes pueden disfrutar de caminatas cortas o largas, dependiendo de sus preferencias y niveles de experiencia.
Turismo cultural	A lo largo de la ruta de los Andes, los turistas conocen y aprenden sobre la cultura e historia de los pueblos indígenas. Se pueden visitar sitios arqueológicos, museos y comunidades indígenas para aprender sobre sus costumbres, tradiciones y artesanías, además están las ciudades y pueblos coloniales con un legado cultural relevante de la presencia española y de otras influencias.
Ecoturismo	Los visitantes experimentan la biodiversidad de la región, observación de aves, caminatas por ríos y lagunas etc.
Turismo gastronómico	La gastronomía típica y variada, las sopas, la chicha de jora, tubérculos, granos, verduras y los platos a base de maíz, que se ofrecen en restaurantes y mercados.
Turismo de aventura	Actividades de aventura, como el <i>rafting</i> , la escalada en roca, el parapente, <i>trails</i> para bicicletas, <i>camping</i> y otros se ofrecen en las propuestas turísticas.

<sup>23</sup> Las actividades descritas fueron identificadas a partir de las conversaciones con actores del sector turístico en entrevistas y grupos focales.

Nombre	Actividades turísticas actuales - Qhapac Ñan, Ecuador
Otros tipos de turismo	Existe una gran variedad de actividades turísticas para todos los gustos y preferencias, que incluyen la fotografía, la geología, el turismo educativo, la investigación, el voluntariado, etc.

Fuente: Equipo consultor.

#### d) Infraestructura turística

**Se requiere fortalecer la accesibilidad y conectividad en toda el área del Qhapac Ñan.** Especialmente, se contempla la necesidad de incrementar la conexión con los principales centros poblados y nodos distribuidores de flujos turísticos. Además, se requiere implementar planes de señalética turística a lo largo del camino, la creación de puntos de información turística, servicios de baterías sanitarias, servicios de internet inalámbrico y espacios recreativos como sitios de *camping* y picnic, playas de descanso. A continuación, en la Tabla 8 se provee más detalle.

**Tabla 8. Infraestructura turística, Qhapac Ñan, Ecuador**

Nombre	Infraestructura turística, Qhapac Ñan, Ecuador
Vías de acceso	La situación de las vías de acceso en y hacia el Qhapac Ñan en Ecuador cambia según la región y la ubicación específica de cada tramo del camino. En general, se pueden encontrar carreteras pavimentadas y de segundo orden en las zonas más accesibles, mientras que en zonas más remotas o de difícil acceso solo se puede transitar a pie o a caballo y en otras el acceso puede ser mayormente fluvial.
Conectividad	Con respecto a los medios de transporte, es posible acceder a algunos tramos del Qhapac Ñan en vehículo particular o en transporte público, aunque en zonas más remotas es necesario hacer uso de medios de transporte especializados, como vehículos todo terreno, motocicletas, bicicletas, mulas o caballos.
Servicios básicos	La situación de los servicios básicos a lo largo del Qhapac Ñan en Ecuador varía dependiendo de la ubicación y el tipo de comunidad que se visite. En las zonas más rurales y alejadas es posible encontrar falta de agua potable, electricidad y servicios sanitarios. Sin embargo, en algunas áreas se han implementado proyectos y programas para mejorar la calidad de vida de las comunidades y los visitantes.
Terminales y aeropuertos	En Ecuador, en cada una de las ciudades y pueblos cercanos a la ruta, existen terminales de transporte público y en algunos casos aeropuertos que conectan los centros poblados extremos e intermedios con los principales nodos de distribución de turistas.  Los principales aeropuertos están en las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca.

Fuente: Equipo consultor.

**Los servicios de alojamiento y alimentación cuentan con una infraestructura razonable, que cubre las necesidades de los viajeros.** Aun así, la oferta de estos servicios varía en cuanto a estándares de calidad y no se ofrecen servicios de calidad homogénea a lo largo del recorrido (ver Tabla 9 a continuación).

**Tabla 9. Servicios de alojamiento, alimentación y bebidas**

Nombre	Servicios de alojamiento, alimentación y bebidas
Hoteles	<p>La hotelería formal o gran hotelería se encuentra principalmente en las ciudades. En las categorías de lujo y primera, existen hoteles con filiaiones a cadenas internacionales. Existen muchos hoteles independientes y han aparecido desarrollos hoteleros afines con las nuevas tendencias del viajero. Algunos de los hoteles, y particularmente los hoteles boutique, han sido mundialmente reconocidos por su calidad.</p>
Hostales y albergues	<p>Como consecuencia del crecimiento turístico y la demanda prepandemia, se aprovechó la existencia de casas familiares que han sido transformadas en albergues, hostales y pensiones. En ciudades como Quito y Cuenca se han establecido principalmente en barrios y zonas turísticas. A lo largo en los pueblos, hay establecimientos de servicios limitados y pocas habitaciones, que acogen a mercados de menor poder adquisitivo.</p>
Haciendas	<p>Las haciendas constituyen una propuesta turística interesante, pues son construcciones generalmente edificadas durante la colonia, y que en la modernidad han dejado de ser de uso familiar. Muchas han sido transformadas en establecimientos de alojamiento, guardando su carácter e inclusive han evolucionado para convertirse en atractivos notorios posicionándose en niveles de lujo. Hay muchas más que no se encuentran aún dedicadas al servicio turístico y que debido a su enorme tamaño y tipo de construcción (colonia o inicios de la República), no pueden ser mantenidas por sus dueños. Se trata de lugares especiales, ubicados en zonas rurales, que cuentan con múltiples habitaciones y grandes espacios para actividades sociales y podrían servir como paradores y hoteles. Durante la investigación, se han identificado al menos 30 de estas construcciones que se ubican en zonas cercanas al Camino del Inca.</p>
Otros tipos de alojamiento	<p>La evolución de la tecnología y las demandas del mercado han generado nuevas propuestas de alojamiento, a través de plataformas como Airbnb y otras, que en la actualidad captan hasta un 30% de la demanda. Una nueva tendencia es la oferta de servicios como el <i>Glamping</i>, que puede ser atractivo para determinados segmentos del mercado.</p>
Restaurantes	<p>Los restaurantes y bares se encuentran sobre todo en las ciudades. Existe una variedad gastronómica y de bares diversa y de calidad, que cada vez gana mayor espacio dentro de la oferta. Quito y Cuenca se han convertido en destinos gastronómicos. En el ámbito rural, existe también una oferta de restaurantes interesante.</p>
Comedores y otros	<p>La oferta de pequeños negocios de comidas abunda tanto en las ciudades como en los centros poblados. Están dirigidos al mercado local principalmente, aunque en las áreas de mayor convergencia comercial y de turistas se encuentra una amplia variedad, sobre todo de comida rápida y popular.</p>

Fuente: Equipo consultor.

### e) Capital Humano

**Se identificaron brechas en la disponibilidad de talento humano capacitado que responda a las necesidades de productos turísticos con mayores estándares de calidad.** Después de las conversaciones con actores relevantes del sector turístico se destacó la necesidad de fomentar la formación de capital humano a través de capacitación y formación del personal de la industria. También se evidenció deficiencias en habilidades técnicas y destrezas clave para el sector, por ejemplo, la gestión hotelera, el turismo sostenible, el *marketing* digital, la planificación de destinos, dominio de idiomas extranjeros. La falta de personal turístico capacitado puede afectar la calidad de la experiencia del turista, especialmente en un ambiente donde la industria turística está experimentando cambios rápidos debido a la tecnología y las nuevas tendencias. Esta situación evidencia la falta de programas educativos especializados, de enfoques obsoletos con respecto a las necesidades del sector, o la falta de acceso a oportunidades de desarrollo profesional.

### f) Seguridad

**La seguridad es el tema central y sensible que puede afectar el desempeño turístico de un destino.** La opinión de los expertos de la industria turística la seguridad debe abordarse desde una perspectiva de: a) la protección de las personas ante amenazas y de delitos y b) desde la seguridad en la prestación de servicios. En el caso de Ecuador, la inseguridad y la creciente ola delictiva han provocado que los principales promotores de importantes mercados emisores de turistas levanten alertas con respecto a las garantías de seguridad en caso de viajar al país.

**Además, la salubridad y buenas prácticas en servicios de atención a turistas se incluyen como puntos clave en la garantía de seguridad a los visitantes.** En esta idea se incluye el buen estado de la infraestructura y equipamiento de establecimientos y de espacios recreativos. En salubridad, se toma en cuenta el buen manejo de alimentos y productos. Al respecto, se identificó que, para el Ecuador, la seguridad en salubridad es una potencial debilidad, especialmente en zonas rurales, durante la manipulación y preparación de alimentos debido a la ausencia de agua potable, servicios de alcantarillado e infraestructura sanitaria adecuada.

### g) Promoción y mercadeo

**El Qhapac Ñan requiere ser conceptualizado como producto turístico, con capacidad para integrar muchos recursos y así, convertirse en un producto turístico innovador y diferente.** Requiere, por tanto, un plan estratégico de mercadeo y promoción completo, con visión de largo plazo y el compromiso por parte de los sectores público y privado, para llegar a objetivos trascendentes que formen parte de la visión de turismo de Ecuador.

En ese contexto es importante comenzar de un análisis profundo a partir del cual se pueda establecer un plan de desarrollo de productos, crear una marca y plan de promoción nacional e internacional. De igual manera, el Qhapac Ñan tiene una gran oportunidad para implementar actividades turísticas innovadoras que respondan a las principales tendencias de viaje. A continuación, se describen algunas de las más populares.



**Tabla 10. Tendencias de viajes– Qhapac Ñan Ecuador**

Nombre	Tendencias de viajes– Qhapac Ñan Ecuador
Turismo regenerativo	Ofrecer actividades de ecoturismo y turismo sostenible en las comunidades a lo largo del Qhapac Ñan, enfocándose en la regeneración del medio ambiente y la promoción de la cultura local.
<i>Slow tourism</i> (Turismo lento)	Promover el turismo lento, en el que se fomente la conexión con la naturaleza, la cultura y las comunidades locales, a través de actividades como caminatas, ciclismo, avistamiento de aves, descanso, entre otras.
<i>Wellness</i> ancestral	Ofrecer experiencias de bienestar y relajación basadas en los conocimientos ancestrales de las comunidades locales, como masajes, terapias con plantas medicinales y rituales de limpieza.
Turismo gastronómico	Fomentar la degustación de la gastronomía local y la participación en actividades como la recolección de ingredientes y la elaboración de platos tradicionales en colaboración con la comunidad.
Turismo de aventura	Promover actividades de turismo de aventura, como escalada, <i>rafting</i> , parapente, ciclismo, entre otras, en los paisajes naturales y montañas que atraviesa el Qhapac Ñan.
Turismo cultural	Promover la visita a los sitios arqueológicos y museos a lo largo del Qhapac Ñan, así como la participación en festivales y actividades culturales organizadas por las comunidades.
Descarbonización del turismo <sup>24</sup>	La descarbonización del turismo o de los viajes es una tendencia que busca reducir las emisiones de carbono generadas por el transporte y la actividad turística en general. El objetivo es lograr una huella de carbono cero o lo más cercana posible a cero en todo el proceso de viaje y estancia en un destino turístico.

Fuente: Equipo consultor.

**Se identificó oportunidades para atraer a turistas de alta gama que buscan servicios exclusivos y personalizados dentro de las categorías de turismo cultural, de naturaleza y de aventura<sup>25</sup>.** Existe la necesidad de desarrollo de un portafolio de actividades en torno al Qhapac Ñan que se complemente con la vocación y oferta de la naturaleza que se encuentra a lo largo de los Andes ecuatorianos.

En ese contexto, las actividades como *trekking*, *camping*, fotografía, cabalgatas, agroturismo, turismo vivencial, gastronomía, *wellness*, turismo de naturaleza y turismo de aventura determinan la importancia de que estas actividades sean generadoras de experiencias para quienes lo visiten. El destino Andes en Ecuador ya ha logrado posicionar actividades deportivas de competencia en las montañas, o en los ríos, como son el Huayrasinchi, el Jondachi Fest y otros, que podrían incorporarse al producto Qhapac Ñan como parte de su estrategia de promoción. Así mismo, la gastronomía y productos agrícolas deberían ser vinculados a la oferta del producto Qhapac Ñan. Un plan de mercadeo y promoción debe estructurar el producto Qhapac Ñan, establecer sus valores y posibilidades, definir mercados y planes de acción.

<sup>24</sup> Euromonitor International. 2019. Megatrends Shaping the Future of Travel. Euromonitor International. Disponible [aquí](#).

<sup>25</sup> Conclusiones a partir de conversaciones con actores del sector turístico ecuatoriano.

## h) Demanda

**Casi todas las principales tendencias del turismo mundial pueden ser aprovechadas al desarrollar el producto Qhapac Ñan.** La búsqueda de autenticidad y de experiencias, el contacto con la naturaleza, el turismo transformacional y el regenerativo, el *slow tourism*, los vínculos históricos, la observación de estrellas, el *wellness* ancestral y los viajes en solitario se han convertido en las tendencias de viaje postpandemia.

Cabe mencionar que, por ser muy importante, el viajero toma en consideración destinos donde, con su viaje, contribuirá a la sociedad (*Give Back*), buscando proveedores que demuestren buenas prácticas y la necesidad de proteger el medio ambiente. Entre los mercados reales que actualmente visitan el Qhapac Ñan se encuentran los turistas culturales y de aventura, que buscan explorar la riqueza cultural e histórica de la región andina. Valoran la autenticidad y la originalidad de la experiencia que ofrece el recurso. La naturaleza es la motivación más importante para el viaje que pueden realizar en los Andes ecuatorianos.

**El turismo sostenible es una tendencia creciente del turismo mundial.** Cada vez más turistas buscan opciones que sean respetuosas con el medio ambiente, la cultura local y que contribuyan al desarrollo económico y social de las comunidades. Se puede decir que la sostenibilidad ambiental y social no es más una tendencia, es una línea transversal para todas las opciones de turismo.

## 5. Conclusiones y recomendaciones

**Se evidencia que el Qhapac Ñan puede ser un producto turístico importante para el Ecuador, capaz de responder de manera estratégica a los desafíos de transformación productiva de la región.** El proyecto es innovador desde varias perspectivas. Por un lado, en un destino actualmente fragmentado en cuanto a su propuesta turística como Ecuador, donde cada producto se promociona de manera inconexa e independiente. Esta propuesta ofrece un eje unificador e integral. El Qhapac Ñan atraviesa parte importante de la geografía del país y crea la aspiración en posibles turistas de explorar no solo sectores específicos —hitos naturales o culturales puntuales— sino varios trechos a través de toda su extensión. Además, pocos productos ofrecen integralidad al destino “Ecuador”<sup>26</sup>, y el producto Qhapac Ñan brinda esta oportunidad.

**El Chapac Ñan conecta de manera integral toda la cordillera de los Andes ecuatorianos en un solo producto que ofrece varias posibilidades de exploración y recreación.** De esta manera, el Chapac Ñan ofrece una visión amplia de destino. El visitante no solo se interesa en visitar Ingapirca al sur del país, por ejemplo, sino que el camino estará trazado para que Ingapirca sea un nodo conector desde y hacia otros puntos de interés. Asociar un producto a un concepto integral nacional rompe esquemas para el turismo en los Andes, que hoy en día actúa de manera independiente, sin un “paraguas” para atraer al mercado.

**Otro aspecto novedoso que ofrece el producto Chapac Ñan es su potencial impacto social.** Ecuador posee aún una alta tasa de ruralidad y sus espacios de naturaleza aislada de la civilización es no solo extensa, sino de acceso relativamente sencillo. Ecuador goza de una superficie de área reducida donde los traslados son cortos; donde, en un mes, uno puede visitar todos los puntos del Chapac Ñan y algunas de sus extensiones. La vida en los Andes —la vida campesina, rural, de hacienda; la

---

<sup>26</sup> Un ejemplo de esto ha sido el turismo de las aves, el cual ha logrado cautivar un mercado de nicho específico. Los visitantes aficionados a las aves llegan a Ecuador porque asocian al país con la actividad —la observación de aves— que les interesa. Sin embargo, para ver estas aves, los visitantes se esparcen por todo el territorio nacional. Lugares lejanos como Loja y Zamora-Chinchipec o comunidades minúsculas rodeadas de bosque con poca o nula conectividad, se convierten de pronto en destinos deseados.

cultura en mosaico de las comunidades andinas, las diferencias que existen entre una y otra región en los Andes— es el componente central del proyecto. La protección de los caminos históricos del Chapac Ñan es esencialmente la protección de la identidad andina, del patrimonio cultural de los Andes y las tradiciones y formas de vida que la geografía ha forjado en sus habitantes. Estos son quienes sustentarán el producto y recibirán sus beneficios directos, diversificando sus ingresos, permitiéndoles compartir elementos que conformen su identidad.

**La naturaleza, biodiversidad y cultura de los Andes es una parte crucial en el desarrollo del producto Chapac Ñan.** Cada trecho del camino lleva a los visitantes a distintos paralelos, tanto paisajísticos como culturales, con distintas formas de vestir, distintas costumbres y comidas. El camino ofrece zonas de alto páramo, zonas de fauna como osos andinos, nevados colosales, zonas templadas, campos de cultivo con diversos productos y comunidades que comparten distintas muestras de su cultura y tradiciones. Además, a través de un proyecto integral y exitoso del Chapac Ñan se vislumbra un futuro sustentable para muchas comunidades que hoy cuentan con realidades precarias.

**Es importante fortalecer el levantamiento de la información geográfica e histórica del Qhapac Ñan, resaltando su estado de situación y las brechas existentes.** La priorización del Qhapac Ñan tendría como objetivo impulsar el desarrollo de productos y servicios de calidad que puedan influir en su consolidación y en la motivación a los principales consumidores nacionales e internacionales. Es importante mencionar que algunos tramos del Chapac Ñan aún no tienen una oferta turística consolidada, lo que significa que la infraestructura y los servicios turísticos son limitados o inexistentes. Sin embargo, esto también representa una oportunidad para el desarrollo del turismo comunitario y sostenible en estas zonas.

**Las tendencias del turismo señalan el valor de la experiencia como el principal elemento de reconocimiento para categorizar un destino.** Dentro de esa experiencia valorada se encuentran otros elementos relacionados con la sostenibilidad, la autenticidad, impactos transformacionales, retos y desafíos, que convierten a un destino en un tema aspiracional. El proceso de transformación del recurso Qhapac Ñan en un producto que vincula a una multiplicidad de subproductos turísticos debe considerar muchos de estos elementos.

**La “Ecuadorialidad” responde al hecho de que el mayor influenciador para la diversidad natural y cultural del país es la Línea del Ecuador.** Este debe ser el eslabón unificador e integrador de un futuro producto de diversidad cultural, de oferta combinada por tipologías de productos de calidad, de cercanía, de diversidad paisajística, pisos climáticos, llamado Qhapac Ñan. La “Avenida de los Volcanes” es el eje central geográfico-paisajístico y, como tal, uno de los focos fundamentales de atención al momento de segmentar el proceso de transformación y desarrollo.

**Se requiere el fortalecimiento de los servicios, por ejemplo, el sistema de transporte público.** Este servicio facilita la conexión con diferentes puntos poblados a lo largo del camino. Si bien existe una cobertura razonable de este servicio, es necesario mejorar los estándares de seguridad y de servicio al cliente, la información y las facilidades para la reserva y compra de espacios en las rutas. Así también, se requiere crear una red de alojamientos vivenciales que permitan acoger a los caminantes en los diferentes puntos del trayecto, la conexión con haciendas turísticas como potenciales proveedores de alojamiento, complementándose con zonas de *camping*, *glamping*, acompañada por una red de guías turísticos locales, que puedan conducir a los caminantes durante el viaje, apoyados por un sistema de mapas e información turística.

**La seguridad y la salubridad son aspectos que merecen atención prioritaria.** Quizá estos son aspectos que deben abordarse de manera urgente y trabajar con los actores públicos de manera articulada, ya que constituyen el elemento indispensable para

asegurar el bienestar del turista. Es fundamental incorporar a la planificación y desarrollo, la mejora en infraestructura básica en saneamiento y señalética. Al respecto, se hace énfasis en mejorar los sistemas de manejo de desechos. Además, se requiere implementar puntos y herramientas de información turística, señalética, baterías sanitarias, conectividad inalámbrica, playas de estacionamiento, senderos, refugios de montaña y servicios de auxilio para emergencias

**El desarrollo del talento humano en la industria turística en Ecuador es una tarea prioritaria.** Se requiere enfatizar en la implementación de programas de capacitación y educación adecuados, la promoción de alianzas entre instituciones educativas y la industria, el fomento de la especialización y la mejora de las habilidades técnicas y de gestión.

**Alcanzar la realización de un proyecto de transformación de recursos turísticos en productos innovadores y sostenibles exige un esfuerzo colectivo de todos los actores directos.** Además, exige el conocimiento y entendimiento de las oportunidades y perspectivas de desarrollo que ofrece para toda la población. Sin embargo, se sustenta también en la necesidad de contar con una política pública clara, con visión a largo plazo, y de recursos económicos para poner en marcha los proyectos e iniciativas con una visión de sostenibilidad. El enfoque de la política pública debe establecerse como base para incluir el turismo en la transformación productiva de Ecuador.

## Bibliografía

- Allied Market Research. 2023. *Adventure Tourism Market Research, 2032*. <https://www.alliedmarketresearch.com/adventure-tourism-market>
- Chías, Joseph. 2005. *El negocio de la felicidad: desarrollo y marketing turístico de países, regiones, ciudades y lugares*. Pearson Education.
- Euromonitor International. 2019. *Megatrends Shaping the Future of Travel*. <https://go.euromonitor.com/WTM19.html>
- Forbes. 2022. *The Rise of Agritourism (And How Brands Can Respond)*. <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2022/11/30/the-rise-of-agritourism-and-how-brands-can-respond/?sh=6d6fb8cc5d7c>
- Global Wellness Institute. 2018. *Global Wellness Tourism Economy Report*.
- Hidalgo, Silvana, Angélica Robles, Daniel Andrade, Benjamin Bernard, Patricio Ramón, Patricia Mothes, Jorge Ordoñez y Gorki Ruiz. 2014. *Los Volcanes Activos y Potencialmente Activos Del Ecuador Continental y Sus Redes de Monitoreo*. Instituto Geofísico – Escuela Politécnica Nacional.
- Kim, W. Chan y Mauborgne, Renée. 2005. *Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant*. Harvard Business Review Press
- Llaguno, Enrique. (2012). *Cocina tradicional*
- Paz y Miño, Mariano. 2017. *Mercados Indígenas del Ecuador*.
- Mendoza, Raúl. 2017. *El Chapac Ñan en el Ecuador: estudio de la infraestructura vial*.
- Ministerio de Turismo. 2019. *Metodología de levantamiento del inventario de atractivos turísticos*. <https://servicios.turismo.gob.ec/index.hp/-servicios-mintur>
- Ministerio de Turismo. 2022. *Turismo Interno Del Internatura*. <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/turismo-interno/>
- Ministerio de Turismo. 2023. *Entradas y Salidas Internacionales*. <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/entradas-y-salidas-internacionales/>
- Ministerio de Turismo. 2023. *Ventas de las Actividades del Sector Turístico*. <https://serviciosbkip.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/visualizador-ventas/>
- Roca Rey, Bernardo. (2010). *Gastronomía de los Andes*.
- Spherical Insights. 2023. *Global Ecotourism Market Insights Forecasts to 2032*. <https://www.sphericalinsights.com/reports/ecotourism-market>
- World Economic Forum. 2021. *Travel & Tourism Development Index 2021: Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future*. <https://www.weforum.org/publications/travel-and-tourism-development-index-2021/>
- World Economic Forum. 2019. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019: Travel and Tourism at a Tipping Point*. [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf)
- World Travel & Tourism Council. 2023. *Sector de Viajes y Turismo de Ecuador representará el 4,4% de la economía nacional al cierre de 2023*. <https://wttc.org/news-article/sector-de-viajes-y-turismo-de-ecuador-representara-el-4-4-de-la-economia-nacional-al-cierre-de-2023/>

## Anexos

### Anexo A1

Las preguntas de reflexión para la metodología de selección y el análisis de los estudios de caso fueron:

- ¿Cómo podemos identificar y categorizar los recursos turísticos susceptibles de potenciación o transformación en productos turísticos innovadores?
- ¿Dónde pueden concentrarse las principales ventajas comparativas y competitivas del Ayacucho?
- Dentro de la región de Ayacucho, ¿cuáles son aquellos dos (2) recursos turísticos de mayor grado de potencial de ser transformados en productos turísticos innovadores?
- ¿Cómo pueden estos recursos turísticos responder a las necesidades de transformación productiva que se requiere en una era post-COVID?
- ¿Cuáles podrían ser los diferenciadores aprovechables para posicionar productos turísticos innovadores en el mercado internacional o el mercado de turismo local?
- ¿Cómo logramos articular acciones entre el sector público, el privado y las comunidades locales que permitan priorizar recursos turísticos con potencial de transformación en productos turísticos innovadores, sostenibles y que respondan a las necesidades del mercado?
- ¿Cuáles son las herramientas, planes y estrategias que la región necesita desarrollar para colocar sus productos con éxito en los mercados emisores?

### Anexo A2. Criterios de evaluación según el Modelo de Priorización de Recursos Turísticos

n.º	Criterios de evaluación
1	<b>UNICIDAD</b> Valor del carácter de unicidad, es decir: es único, no existen otros a nivel nacional, regional o mundial.
2	<b>VALOR INTRÍSECO</b> Valor del recurso en su propia categoría: museo, feria, ruta, montaña, deporte, aventura, etc.
3	<b>NOTORIEDAD</b> Conocimiento del recurso a nivel local, nacional o internacional.
4	<b>CONCENTRACIÓN LA OFERTA</b> Oferta de actividades turísticas en la zona inmediata
5	<b>CARÁCTER PROPIO</b> Destaca por ser un recurso típico o característico de la zona.

Fuente: Equipo consultor.

## Anexo A3. Lista de fuentes secundarias

### Fuentes de información secundaria

Las fuentes listadas a continuación sirvieron como complemento al análisis para la selección del caso de estudio y su caracterización:

1. Documento de marco sectorial de turismo (Banco Interamericano de Desarrollo, 2022).
2. Estadísticas de empleo, publicadas por los ministerios de trabajo de los países andinos.
3. Estadísticas del sector turismo, publicadas por los ministerios de turismo de los países andinos.
4. Estadísticas relacionadas con inversión en el sector turismo, publicadas por los bancos centrales de los países andinos.
5. Estrategia del Grupo BID con Ecuador 2022 – 2025 (Banco Interamericano de Desarrollo, 2022).
6. La Plataforma de Modelación Económica-Ambiental Integrada (IEEM): Guías técnicas de la Plataforma IEEM: Construcción de una matriz de contabilidad social para Costa Rica para el año 2016 (Banco Interamericano de Desarrollo, 2021).
7. La Plataforma de Modelado Económico-Ambiental Integrada (IEEM): Guías técnicas de la Plataforma IEEM: Presentación matemática (Banco Interamericano de Desarrollo, 2019).
8. Plan de creación de oportunidades 2021 - 2025 (Secretaría Nacional de Planificación, 2021).
9. Plan de promoción 2022 (Ministerio de Turismo, 2022).
10. Planes de desarrollo y promoción turística de los países andinos.
11. Plan institucional 2021 – 2025 (Ministerio de Turismo, 2021).
12. Retos de desarrollo del país Ecuador (Banco Interamericano de Desarrollo, 2020).
13. Objetivos de sostenibilidad de la ONU 2020-2030.
14. Informes de OIT, WTTC, World Economic Forum, Banco Mundial, FAO, OMT, OMS, entre otros.
15. Análisis de tendencias de viaje, WTTC, 2022.
16. Modelo de priorización de recursos turísticos, Grupo consultor, 2022.
17. Matriz de relacionamiento de tendencias y diferenciadores, Grupo consultor, 2023.
18. Análisis de la oferta de productos turísticos presentes en los catálogos de los principales operadores turísticos internacionales, Grupo consultor 2023.

Fuente: Equipo consultor.

#### Anexo A4. Volcanes y montañas, Qhapac Ñan, Ecuador

Nombre	Volcanes y montañas – Qhapac Ñan Ecuador
Volcán Cotacachi	Ubicado en la provincia de Imbabura, tiene una altura de 4944 msnm, es atractivo para escaladores, es parte del complejo volcánico de la laguna de Cuicocha.
Volcán Imbabura	Conocido como Taita Imbabura, localizado en la provincia del mismo nombre. Altura 4621 msnm.
Volcán Fuya Fuya	Ubicación entre las provincias de Imbabura y Pichincha, altura de 4290 msnm, es popular para el <i>trekking</i> . Son famosas sus lagunas.
Volcán Cayambe	Se encuentra en la provincia de Pichincha, el Cayambe es uno de los volcanes más altos de Ecuador, con una altura de 5790 msnm. Único volcán atravesado por la línea ecuatorial.
Volcán Pichincha	Es un macizo de dos montañas, el Guagua (niño) Pichincha 4776 msnm y el Rucu (viejo) Pichincha 4784 msnm. La estribación occidental forma parte del Choco Andino y en la oriental se encuentra asentada la ciudad de Quito.
Volcán Antisana	Es el cuarto volcán más alto de Ecuador, con una altura de 5704 msnm. Además de ser una popular ruta de montañismo, la zona es conocida por su biodiversidad, se encuentra en las provincias de Pichincha y Napo.
Volcanes Illinizas	Situados entre las provincias de Pichincha y Cotopaxi, son dos cumbres: el Illiniza Norte (5126 msnm) y el Illiniza Sur (5248 msnm), muy populares entre los montañistas.
Volcán Cotopaxi	Se ubica en las provincias de Cotopaxi y Pichincha, es uno de los atractivos turísticos más populares del país. Volcán en fase eruptiva. Altura 5897 msnm. Su parque nacional es de los más visitados por turistas.
Volcán Carihuairazo	Ubicado entre las provincias de Chimborazo y Tungurahua, su altura es de 5018 msnm, es lugar para practicar <i>snowboarding</i> .
Volcán Chimborazo	Situado en la provincia de Chimborazo, es la montaña más alta de Ecuador y el punto más cercano al Sol. Tiene una altura de 6310 msnm. Es, a nivel mundial, un aspiracional para los montañistas expertos.
Volcán Tungurahua	Ubicado en la provincia de Tungurahua, es un volcán activo que ha tenido varias erupciones en las últimas décadas. Se eleva a una altura de 5016 msnm.
Volcán El Altar	Provincia de Chimborazo, es un volcán atractivo para los montañistas. Altura 5320 msnm.
Volcán Sangay	Ubicado en la provincia de Morona Santiago, tiene una altura de 5230 msnm, es uno de los volcanes más activos del país.

Fuente: Instituto Geofísico de la EPN y equipo consultor.



## Anexo A5. Lagunas, Qhapac Ñan, Ecuador

Nombre	Lagunas – Qhapac Ñan Ecuador
Lagunas del Voladero	Se encuentran en la sierra ecuatoriana, dentro de la Reserva Ecológica El Ángel, es un conjunto de tres lagunas hermosas.
Laguna de Yaguarcocha	Yahuarcocha significa "Lago de Sangre", hace referencia a la batalla entre los nativos (Caranquis, Pastos y Cayambes) de la región norte de la sierra contra los incas. Es importante, por la cantidad de evidencia arqueológica inexplorada.
Laguna de Cuicocha	Ubicada en la provincia de Imbabura, es una de las más famosas de la región. Se trata de un cráter de un volcán inactivo. Destaca la flora y fauna que lo rodea.
Laguna de San Pablo	Complejo lacustre custodiado por el volcán Imbabura, es el lago natural más grande del Ecuador y es único en el mundo por encontrarse en la latitud 0°.
Lagunas de Mojanda	También ubicadas en la provincia de Imbabura, estas lagunas son conocidas por su belleza natural y por ser lugar de peregrinación para las comunidades indígenas locales. Son el hogar de varias especies de aves y es un lugar popular para practicar senderismo y acampar.
Laguna de Yambo	Se encuentra en la provincia de Cotopaxi, en el centro del país, y es conocida por su importancia histórica y cultural. La laguna es el sitio de una famosa leyenda indígena y es un lugar sagrado para las comunidades locales.
Laguna de Colta	Ubicada en la provincia de Chimborazo, esta laguna es la más grande de la región y es conocida por su belleza natural y su rica historia. Aquí se practica la pesca.
Laguna de Quilotoa	Esta impresionante laguna se encuentra en la provincia de Cotopaxi, en el centro del país, y es conocida por su distintivo color verde. Está ubicada en el cráter de un volcán inactivo y se practica senderismo y se puede disfrutar de las vistas panorámicas de la cordillera de los Andes.
Laguna de Culebrillas	Ubicada en la provincia de Azuay, en el sur del país, es un lugar popular para la pesca y el turismo. La laguna está rodeada por impresionantes paisajes naturales y ofrece una gran variedad de actividades al aire libre.
Complejo lacustre del Cajas	Un complejo de lagunas dentro del Parque Nacional el Cajas que causa admiración entre sus visitantes.

Fuente: Equipo consultor.

## Anexo A6. Atractivos arqueológicos, Qhapac Ñan, Ecuador

Sitio arqueológico	Atractivos arqueológicos destacables– Qhapac Ñan Ecuador
Inkahuasi	Restos de complejo arquitectónico inca, ubicado en Caranqui, provincia de Imbabura.
Tulipe	Ubicado en la provincia de Pichincha, es un sitio arqueológico que formó parte de la cultura Yumbo, que habitó la zona durante la época precolombina.
Cochasquí	Ubicado en la provincia de Pichincha, se trata de un sitio arqueológico de más de 15 hectáreas y 15 montículos, que fueron construidos por la cultura Quitu-Cara. Mirador escénico de extraordinaria belleza.
Rumicucho	Otro sitio arqueológico de la provincia de Pichincha, donde se encuentra una pista de juego precolombino conocida como "La cancha de los incas".
Pambamarca	Complejo arqueológico, ubicado en la provincia de Pichincha, 21 pucarás utilizados por el pueblo Cayambí.
Quitoloma	Antigua ruinas Cayambe – Caranqui, fortaleza para defensa de los incas.
Ruinas Chimborazo	Cuartel del inca en el valle de Cachiyacu, tramo del Qhapac conservado entre Achupallas e Ingapirca.
Ruinas Sigchos	Se considera el último refugio de los incas quiteños, según la historiadora Tamara Estupiñán, el cuerpo de Atahualpa (último inca) fue enterrado en esta zona.
Pumapungo	Ubicado en la ciudad de Cuenca, este sitio fue una importante fortaleza inca y hoy en día alberga un museo arqueológico.
Ingapirca	Otro sitio arqueológico importante ubicado en la provincia de Cañar, conocido por ser el complejo inca más importante en Ecuador.
Tambo de Paredones	Ruinas que revelan piedras labradas en el sitio de Tambo de Paredones en Cañar.
Paredones de Molleturo	Una pirámide monumental de tres cuerpos, con vestigios de tres templos y una huanca con empedrado elíptico.
Tambo Colorado	Provincia de Loja, este complejo arqueológico inca es conocido por sus construcciones de piedra roja y blanca.
Vilcabamba	Un pequeño pueblo ubicado en la provincia de Loja, conocido por ser un lugar de retiro y descanso de los incas y por su hermoso paisaje natural y por turismo de salud.

Fuente: Equipo consultor.

### Anexo A7. Grupos étnicos, Qhapac Ñan, Ecuador

Nombre	Grupos étnicos – Qhapac Ñan Ecuador
Karanki	Se ubican en la provincia de Imbabura, cuentan con una población aproximada de 20.000 habitantes.
Natabuela	También ubicados en la provincia de Imbabura, su población aproximada de 650 habitantes.
Otavalos	Habitan en la región norte de Ecuador, en la provincia de Imbabura. Son reconocidos por su habilidad en la fabricación de tejidos y artesanías, la población aproximada es de 110.000 habitantes.
Kayambi	Se ubican en la provincia de Pichincha, población aproximada de 147.000 habitantes.
Kitukara	También originarios de la provincia de Pichincha, su población aproximada es de 100.000 habitantes.
Puruhá	Los puruhás corresponden a la provincia de Chimborazo, cuentan con una población aproximada de 400.000 habitantes.
Panzaleo	Originarios de la provincia de Cotopaxi, su población aproximada es de 59.000 habitantes.
Chibuleo	Se ubican en la provincia de Tungurahua, la población Chibuleo aproximada es de 12.000 habitantes.
Kisapincha	También de la provincia de Tungurahua, su población aproximada es de 12.400 habitantes.
Salasaca	Los salasacas están en la provincia de Tungurahua y su población aproximada es de 12.000 habitantes.
Waranka	Se ubican en la provincia de Bolívar, cuentan con una población aproximada de 68.000 habitantes.
Kañaris	Igual que su nombre se encuentran en la provincia de Cañar, cuentan con una población aproximada de 150.000 habitantes.
Saraguros	Es un grupo indígena que habita en la región sur en la provincia de Loja. Tiene una población de 50.000 habitantes.

Fuente: Equipo consultor.

## Anexo A8. Vegetales en el Qhapac Ñan, Ecuador

Nombre del ingrediente	Vegetales <sup>27</sup> – Qhapac Ñan Ecuador <sup>28</sup>
Papas	La papa es un ingrediente fundamental en la gastronomía andina. Existen numerosas variedades de papas cultivadas en diferentes regiones, cada una con su propia textura, sabor y uso culinario. En Ecuador, algunas de las variedades más populares son la papa amarilla y la papa chola. La papa se utiliza en muchos platos tradicionales, como el locro, la sopa de papa, el churrasco, la papa rellena, las tortillas de papa (llapingachos), coladas, etc.
Maíz	El maíz también es un ingrediente clave en la dieta andina. Se cultiva una enorme cantidad de variedades y se utiliza en muchos platos, como el mote, el choclo con queso, las humitas, la colada morada, el bizcocho, panes de maíz, empanadas de morocho, tostado, sopas.
Quinoa	La quinoa es una semilla que ha sido cultivada en los Andes durante miles de años. Es rica en proteínas y nutrientes y se utiliza en una variedad de platos, como ensaladas, sopas y guisos. Se le considera un <i>super food</i> .
Ají	El ají es un ingrediente picante y sabroso que se utiliza en muchos platos andinos. Existen muchas variedades de ají en Ecuador, desde el ají amarillo hasta el ají criollo. El ají se utiliza en platos como el ceviche, el ají de gallina, el locro, etc., y no falta nunca en una mesa ecuatoriana. Según la región, la “salsa” de ají, se prepara con ingredientes de esa zona y su receta puede ser totalmente diferente.
Carnes	En la gastronomía andina, se utilizan diversas carnes, como la carne de res, cerdo, cordero y alpaca. Estas carnes se utilizan en muchos platos, como el hornado, el cuy asado, la fritada, en empanadas y envueltos, en sopas y aderezos.

Fuente: Equipo consultor.

<sup>27</sup>Roca Rey, Bernardo. (2010). Gastronomía de los Andes.

<sup>28</sup>Llaguno, Enrique. (2012). Cocina tradicional.

## Anexo A9. Frutas en el Qhapac Ñan, Ecuador

Nombre del ingrediente	Frutas <sup>29</sup> – Qhapac Ñan Ecuador <sup>30</sup>
Chirimoya	Esta fruta es originaria de Sudamérica y es dulce y cremosa. En Ecuador, se utiliza en postres como la <i>mousse</i> de chirimoya, el helado y la chirimoya con crema.
Guayaba	La guayaba es una fruta tropical con una pulpa jugosa y dulce con la cual se puede preparar mermeladas, jugos y guayaba rellena de queso.
Naranjilla	La naranjilla es una fruta pequeña y redonda con un sabor ácido y refrescante. Se utiliza para hacer jugos, salsas y postres. Destaca la mermelada de naranjilla.
Capulí	El capulí es una fruta pequeña y redonda con un sabor ácido y dulce con la cual se puede preparar mermeladas, jugos, helados y chicha. Hay una época específica para comer capulíes. Considerada la cereza andina.
Babaco	El babaco es una fruta con forma alargada y un sabor suave y dulce con la cual se puede preparar ensaladas, almíbar, jugos y helados.
Mora	La mora es una fruta muy popular en la gastronomía andina de Ecuador, se puede preparar mermeladas, jugos, helados, licores y salsas.

Fuente: Equipo consultor.

<sup>29</sup> Roca Rey, B. (2010). Gastronomía de los Andes.

<sup>30</sup> Llaguno, Enrique (2012). Cocina tradicional.

## Anexo A10. Mercados indígenas, Qhapac Ñan, Ecuador

Nombre del mercado	Mercados indígenas <sup>31</sup> – Qhapac Ñan Ecuador
Mercado de Otavalo	Ubicado en la provincia de Imbabura, el mercado de Otavalo es uno de los más grandes y populares de la región. Aquí los visitantes pueden encontrar una amplia variedad de productos artesanales como textiles, cerámica, joyería y productos de cuero. Se le conoce como el Mercado de Pochos y ocurre los sábados, a la par de este suceden, en la misma población, el mercado de animales y el de comida.
Mercado de Saquisilí	Este mercado se encuentra en la provincia de Cotopaxi y es conocido por su gran variedad de productos agrícolas y alimenticios, como frutas, verduras, carnes y quesos. También se puede encontrar los productos artesanales y de origen animal para la producción de cobijas, chalinas, ponchos, etc. Ocurre los jueves de cada semana.
Mercado de Pujilí	Sucede en la provincia de Cotopaxi y se lleva a cabo todos los miércoles. Aquí los visitantes pueden encontrar una gran variedad de productos artesanales, así como productos agrícolas y alimenticios. En noviembre destaca la producción de cerámicas propias del lugar.
Mercado de Zumbahua	Ubicado en la provincia de Cotopaxi, este mercado se lleva a cabo todos los sábados y es conocido por su amplia variedad de productos textiles y artesanales, así como por sus productos agrícolas y alimenticios y la venta de gallinas, pollos, vacas y cerdos.
Plaza Roja de la Concepción	La Plaza Roja de Riobamba, o Plaza de la Concepción, es el mejor lugar para adquirir y admirar las más variadas artesanías y prendas de vestir de los pueblos andinos. Sus colores y texturas fascinan a los visitantes. El nombre de la Plaza se debe a que, en día de feria, está inundada por vendedores y compradores de origen Puruhá, que utilizan el poncho rojo.
Mercado de Tzalarón	Es un mercado indígena, en la parroquia Punín en el cantón Riobamba, donde los comuneros refuerzan el trueque agrícola como forma de comercio, rescatando así una ancestral forma de negociar.
Mercado de Guamote	Ubicado en la provincia de Chimborazo, este mercado se lleva a cabo todos los jueves y es conocido por su amplia variedad de productos textiles y artesanales. La fuerza de los colores de la vestimenta puruhá impacta a la vista, y además de la compra y venta de productos artesanales y de comida, es el día en que los visitantes aprovechan para cortarse el pelo, ir al sanador, buscar ayuda para remendar telas y ropa.

Fuente: Equipo consultor.

<sup>31</sup> Paz y Miño, M. (2017). Mercados Indígenas del Ecuador.