

Atlas de las Maravillas de Latinoamérica: articulación entre patrimonio, redes territoriales y turismo ecocultural*

Atlas of Wonders of Latin America: Articulation between Heritage, Territorial Networks, and Eco-Cultural Tourism

Carolina Cofré-Silva**

Juan Carlos Skewes-Vodanovic***

Enrique A. Mundaca-Ortega****

Resumen

Se examina el *Atlas de las Maravillas de Latinoamérica* como instrumento construido articuladamente por redes académicas y asociaciones empresarias, para impulsar el turismo *ecocultural* en América Latina como mecanismo de desarrollo económico, social y cultural, poniendo en valor el patrimonio natural y cultural. A través de métodos cualitativos y una mirada interdisciplinaria, se sitúa al Atlas como iniciativa latinoamericanista, en el marco de la evolución de las ideas económicas y políticas de la región, se indaga en su origen, estructura y alcances, así como la convergencia de los actores que contribuyeron a puesta en marcha. El estudio propone una reflexión sobre las

Abstract

The Atlas of the Wonders of Latin America is examined as an instrument jointly developed by academic networks and business associations to promote Eco-Cultural Tourism in Latin America as a mechanism for economic, social, and cultural development, while enhancing natural and cultural heritage. Using qualitative methods and an interdisciplinary approach, the Atlas is situated as a Latin Americanist initiative within the broader evolution of the region's economic and political ideas. Its origin, structure, and scope are analyzed, along with the convergence of stakeholders involved in its creation and implementation. The study offers a reflection on the possibilities of the Atlas as an instrument that articulates academic

* Este trabajo se enmarca dentro del proyecto Anillos ATE220008: "*Mestizo cultural heritage and appreciation of the local culture. Forgotten lessons from the cold war*", en colaboración con el proyecto Anillos ATE230028 "*Ecos of Climate Change*", financiados por ANID-Chile.

** Carolina Cofré-Silva, Doctora. en Historia, Universidad San Sebastián. Contacto: cconfres@correo.uss.cl, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7034-6275>

*** Juan Carlos Skewes-Vodanovic, Doctor en Antropología, Universidad Alberto Hurtado. Contacto: jskewes@uahurtado.cl, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9902-7550>

**** Enrique A. Mundaca-Ortega, Doctor. en Ecología, Universidad Católica del Maule. Contacto: emundaca@ucm.cl, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1665-4434>.

posibilidades del Atlas como instrumento que articula conocimiento académico y acción empresarial para visibilizar el patrimonio latinoamericano.

knowledge and entrepreneurial action to enhance the visibility of Latin American heritage.

Palabras clave: migración, política cultural, multiculturalismo, manifestación cultural, Chile.

Key words: migration, cultural policy, multiculturalism, cultural events, Chile.

Recibido: 20 de enero de 2026

Aceptado: 04 de mayo de 2026

1. Introducción

El Atlas de las Maravillas se ha propuesto con el fin de promover el turismo ecocultural como vía de desarrollo sostenible, con vistas a impulsar mejoras económicas, sociales, ambientales y culturales en la región, mediante acciones concretas como promover el empleo, mejorar la calidad de vida, arraigar la población rural a sus territorios (previniendo la migración campo ciudad) y construir vínculos entre los pueblos. Así, la investigación académica se articula con las problemáticas reales de los territorios, contribuyendo al desarrollo local, promoviendo la asociatividad de las pymes y el fortalecimiento del diálogo a través de mesas de trabajo multimodales, donde participan la academia, la empresa y el Estado. Se trata de una plataforma que, hasta el momento de elaborar este trabajo, combina cartografía temática, soporte digital y articulación entre actores territoriales, para visibilizar y valorizar el patrimonio natural y cultural de la región. En este marco, el Atlas está dirigido a múltiples públicos, incluyendo empresarios y pymes del sector turístico, gestores públicos, académicos y comunidades locales, constituyéndose como una herramienta de articulación entre conocimiento, producción y territorio.

La iniciativa ha tenido una amplia difusión en medios de comunicación de distintos países, tanto en prensa como en diversas plataformas web, particularmente en Argentina, Chile, Perú y Bolivia. Como se observa en la Figura 1 el *Atlas* se ha representado en mapas digitales para la difusión en redes sociales y en grandes murales, así como en un canal de YouTube con videos breves sobre los paisajes culturales del territorio, su gastronomía y patrimonio agroalimentario, productos típicos y modelos de asociatividad. En este contexto, el Atlas ha generado expectativas como alternativa al modelo extractivista hegemónico en la región, caracterizado por la explotación intensiva de recursos naturales y la generación de conflictos socioambientales (Lizama, 2017), proponiendo en cambio la valorización del patrimonio cultural y natural, potenciando lugares, productos y destinos mediante el turismo ecocultural.

Figura 1: Atlas de las Maravillas Ecoculturales de Latinoamérica, América Latina Meridional



Fuente: elaboración propia

El objetivo del *Atlas* es funcionar como un instrumento para impulsar un cambio en el turismo latinoamericano, tradicionalmente focalizado en destinos ligados al patrimonio natural. Esa modalidad de turismo ha generado movimiento en las últimas décadas, pero en forma muy acotada: Brasil recibe siete millones de turistas; Argentina y Chile, cinco y Bolivia no llega a un

millón anual. En contraparte, según la Organización Mundial de Turismo (ONU Turismo), la oferta cultural y patrimonial representa el 40% del turismo internacional, englobando a museos, monumentos, lugares históricos y religiosos, comunidades auténticas, gastronomía y festivales. Así, el turismo cultural atrae a un público cada mayor en busca de autenticidad, ávido de vivir nuevas experiencias vinculadas al patrimonio (Lipovetsky, 2024). Por ejemplo, solo en Latinoamérica, los nuevos sitios que se incorporan a la lista oficial de Unesco aumentan el turismo internacional en un promedio anual de 270.000 personas, lo que se traduce en cifras cercanas a los 270 millones de dólares (Leonardi, et al., 2022).

Por lo anterior, el *Atlas* sería un medio que busca promover la convergencia del patrimonio natural con el patrimonio cultural, tratando de emular lo que ocurre en países del Viejo Mundo. Basta señalar que, en 2024, España, Francia e Italia recibieron más de 100 millones de turistas; considerando un gasto promedio de dos mil dólares por turista, estos flujos generan ingresos por 200.000 millones de dólares para cada uno de esos países, distribuidos entre millones de pymes, con su consiguiente impacto económico, social, ambiental y cultural.

Cerrar la brecha entre lo que ocurre en Europa y América Latina requiere de una estrategia muy amplia y ambiciosa, que comprometa políticas públicas conjuntamente asociadas a acciones sostenidas por parte del sector privado. Para avanzar en esa dirección, el *Atlas de las Maravillas* propone comenzar por la articulación de distintos países latinoamericanos, a través de una estrategia de visibilización y promoción en forma coordinada, con vistas a captar el interés, primero, del mercado regional, para continuar después con la conquista de mercados de Europa, Asia y otros territorios.

En este escenario, el objetivo de este trabajo es examinar la elaboración de la primera edición del *Atlas de las Maravillas de Latinoamérica*, estableciendo posibilidades para el desarrollo del turismo *ecocultural*, definiendo este concepto como base para su creación. También se examinan los actores subyacentes a esta iniciativa, para conocer cómo se generaron las sociedades empresariales y cómo se produjo la articulación entre ellas y las redes universitarias que dan origen a este Atlas. Dentro de este espacio, se indagan también las condiciones que facilitaron el cambio de actitud de los empresarios para reorientar su interés hacia la academia, y establecer los acuerdos y sinergias que permitieron sentar las bases para crear el Atlas de las Maravillas para impulsar el turismo ecocultural de la región.

A partir de lo anterior, se plantea como hipótesis que el Atlas de las Maravillas de Latinoamérica constituye una herramienta de valorización patrimonial cuya efectividad depende de su capacidad para consolidar redes territoriales estables entre academia, empresarios y comunidades locales.

1.1. Integración latinoamericana, identidad y patrimonio como base para el desarrollo: estado del arte y discusión

Este estudio se realiza desde una perspectiva interdisciplinaria que permite situar el Atlas de las Maravillas como iniciativa latinoamericanista, en el marco de la evolución de las ideas económicas y políticas de la región (Hobsbawm, 1998; Devés y Álvarez, 2020). Para esto, es necesario examinar las transformaciones del patrimonio gastronómico y cultural en América Latina, desde los tiempos de la Independencia hasta la actualidad y su proceso de estructuración y desestructuración, con vistas a comprender su puesta en valor como atractivo turístico.

De acuerdo con el estado actual de los conocimientos sobre el tema, al final del periodo colonial, inicios del siglo XIX, América Latina disponía de un rico y variado patrimonio agroalimentario y cultural, que incluía todo tipo de productos típicos, desde indumentaria (sombreros, mantas, ponchos) hasta yerba mate, destilados patrimoniales, vinos criollos, quesos curados y jamones ahumados, entre otros (Jeffs, 2017; Mujica et al, 2023), que materializaba parte de su identidad y tradiciones. En ese contexto, los estadistas decimonónicos propusieron impulsar una estrategia a escala latinoamericana para preservar, promover y fortalecer los productos locales, a través de la ampliación de los mercados regionales con la creación de una moneda común, abolición de aduanas nacionales y su reemplazo por una sola aduana exterior, continental, propuesta por Juan Bautista Alberdi (1845). El plan de Alberdi pretendía continuar la propuesta formulada poco antes por Simón Bolívar en el Congreso de Panamá (1826) y por los estados alemanes en el Zollverein (1830), base de lo que después fue la unificación de Alemania (1870), y posteriormente, la Unión Europea (1993). El tucumano enfatizó la necesidad de promover los vínculos entre los distintos países de América Latina para activar las economías regionales, fortalecer los productos locales y mejorar la calidad de vida de la población en sus territorios. Su propuesta incluía medidas como el mejoramiento de los sistemas de transportes y comunicaciones que facilitarían la integración socioeconómica regional. Similar a lo que ocurrió en la Unión Europea con el euro, Alberdi señalaba la necesidad de una moneda común para América del Sur. Con esto, Alberdi esperaba asegurar el fortalecimiento de los productos locales y el patrimonio agroalimentario del territorio, juntamente con el impulso de la actividad económica en general.

Sin embargo, las propuestas de integración económica latinoamericana, impulsadas por Alberdi, no se concretaron. En su lugar, los países latinoamericanos se distanciaron entre sí, estableciendo lazos de subordinación con las Grandes Potencias de Europa, particularmente Gran Bretaña y Francia (Hobsbawm, 1998). Desde el punto de vista de las ideas políticas y económicas, América Latina ingresó en un ciclo modernizante, con escaso interés por el

fortalecimiento de su identidad (Devés y Álvarez, 2020), lo cual causó un fuerte impacto en el patrimonio cultural y agroalimentario. Desde mediados del siglo XIX se produjo una invasión de productos culturales (vestuario, arquitectura, decoración, alimentos y bebidas) que desplazaron la producción local. Se produjo un proceso de xenofilia, signado por la sobrevaloración de lo extranjero: las élites latinoamericanas perdieron la confianza en sí mismas, y adoptaron una actitud de imitación de la cultura francesa (Blest Gana, 1904). El patrimonio agroalimentario y cultural del territorio comenzó entonces a perder el interés local, abandonado por los formadores de opinión. Se establecieron nuevos parámetros, por ejemplo, con la supremacía de la gastronomía francesa por sobre las regionales (Remedi, 2017; Bak-Gellner 2009). En las décadas de 1840 y 1850, los vinos de Burdeos conquistaron el paladar del mercado sudamericano, desplazando a los vinos ancestrales del paradigma hispanocriollo (Couyoumdjian, 2006), mientras que el té, controlado por los británicos, desplazó a la yerba mate de los grandes mercados regionales (Couyoumdjian, 2009; Jeffs, 2017).

La desvaloración del patrimonio cultural y gastronómico de América Latina, y la sobreponderación del europeo tuvo efectos profundos en una de las ramas más dinámicas de la economía actual: el turismo. El Viejo Mundo se consolidó como destino turístico, mientras que los países latinoamericanos apenas lograron avanzar en este plano. La invisibilización del patrimonio cultural y natural de América Latina fue uno de los motivos que contribuyó a establecer la actual brecha de desarrollo turístico con Europa.

Con vistas a reducir esta brecha, la comunidad académica latinoamericana comenzó a observar el caso de Europa en busca de orientación. Entre los puntos salientes, se ha detectado la intensidad que la academia del Viejo Mundo ha dedicado a la tarea de identificar, reconocer y poner en valor su patrimonio cultural y agroalimentario. Numerosos estudios se han producido para avanzar en esa dirección (Medina, 2018; Maia-Marques, 2023; Zbarsky et al., 2023; García Álvarez, 2024; Torres et al., 2025; Sequeira y Montes, 2025; Jorge-Martín et al., 2025). El éxito logrado en el turismo europeo, fuertemente anclado en sus raíces históricas y culturales, ha inspirado a la comunidad académica latinoamericana a repensar el potencial que tiene el turismo en el Nuevo Mundo como rama de actividad económica regional.

Existiendo numerosos destinos de alto interés cultural y natural en la región, poco conocidos y visitados, la academia local ha comenzado a establecer sinergias con diversos actores locales para redescubrirlos con el objetivo de ponerlos en valor. Dentro de ese marco, productos que durante un siglo y medio fueron minimizados, reaparecen con el reconocimiento de su valor identitario y cultural convertidos en patrimonio (Chacana-Ojeda et al., 2025), con particular referencia a alimentos y bebidas (Soler, 2025; Lejavitzer, 2025; Ramírez et al., 2024), fiestas y celebraciones (Aruj y Lacoste, 2021; Landini, 2025). Poco a poco, los actores latinoamericanos

han puesto en marcha un proceso de revaloración de su patrimonio agroalimentario y cultural, con alianzas entre actores fundamentales, como el abrazo del artista con el agricultor y el cocinero (Aruj y Lacoste, 2021). Estos avances realizados por la comunidad académica latinoamericana sobre el patrimonio cultural y agroalimentario regional formaron el humus cultural que ha servido de base para la elaboración del *Atlas de las Maravillas*.

2. Materiales y métodos

La investigación se desarrolló mediante un enfoque cualitativo de carácter exploratorio-interpretativo, orientado a comprender los procesos de articulación entre actores académicos, empresariales e institucionales involucrados en la construcción del Atlas de las Maravillas de Latinoamérica.

Se utilizó observación participante de larga duración, considerando treinta años de procesos de formación de redes académicas, y luego empresariales, que desembocaron en la construcción del Atlas. Particularmente se analizan espacios de encuentro académico y empresarial vinculados al desarrollo del turismo ecocultural, incluyendo seminarios, simposios y reuniones de trabajo realizadas entre 2024 y 2025. Esta participación permitió registrar dinámicas de cooperación, negociación y toma de decisiones entre los distintos actores involucrados.

Asimismo, se realizaron entrevistas semiestructuradas a informantes clave seleccionados mediante muestreo intencional no probabilístico, priorizando actores con participación directa en la formulación conceptual y operativa del Atlas. Entre ellos se incluyeron académicos, representantes de clústeres empresariales, especialistas en patrimonio agroalimentario y funcionarios públicos vinculados al turismo territorial.

Complementariamente, se efectuó un análisis documental de actas de reuniones, ponencias presentadas en el “Simposio Internacional Turismo Eco-Cultural” de 2025, documentos de trabajo internos, materiales de difusión, publicaciones en medios de comunicación y contenidos digitales asociados al Atlas. Este simposio, realizado en Santiago de Chile, es relevante al ser el evento principal en el que se puso en marcha el desarrollo del Atlas.

3. Resultados y discusión

3. 1. Concepto de *turismo ecocultural*

El concepto de *turismo ecocultural* es uno de los pilares fundamentales de la propuesta. Se trata de una iniciativa orientada a promover la economía sostenible, con claras diferencias tanto del ecoturismo, centrado fundamentalmente en el patrimonio natural, como del turismo industrial estandarizado. En este sentido, este tipo de turismo representa una innovación

centrada en la valoración integral del territorio, a partir del cruce de la mirada ambiental con el reconocimiento del patrimonio cultural y agroalimentario de los territorios locales.

Para la construcción del Atlas, el concepto de turismo ecocultural corresponde a una definición técnica que va más allá de los usos coloquiales o comerciales que suelen aparecer en publicidad de agencias y en el lenguaje periodístico, donde se utiliza con vaguedad y sin un significado preciso. En algunos casos el concepto se ha empleado casi como sinónimo de ecoturismo, enfatizando el patrimonio natural, pero matizado para evitar asociaciones con posturas ambientales demasiado radicales para el mercado. Así, la expresión “turismo ecocultural” ha sido usada de manera equívoca por diversos comunicadores del ámbito comercial. Esa no es la perspectiva que se utilizó para la creación del *Atlas*.

En el proceso de construcción del nuevo concepto, un antecedente relevante fue el aporte de Wallace y Russel (2004), quienes propusieron el concepto de *turismo ecocultural* (o *Eco-Cultural Tourism*) como un medio de desarrollo sostenible para comunidades cuyos recursos culturales o ecológicos eran, de otro modo, marginales. Bajo este concepto se combinaban elementos de turismo ecológico y de turismo cultural para formar una dinámica de desarrollo que integraba la participación de diversos actores locales en la planificación, desarrollo y mantención de la región turística. Posteriormente, Abdulai Hamza (2025) ha definido el concepto como una estrategia de desarrollo que crea un producto al combinar atractivos naturales, biodiversidad, conservación, huellas humanas y desarrollo general. Estos y otros antecedentes sirvieron de base para formular el nuevo concepto que luego llegaría al *Atlas*.

El nuevo concepto de turismo ecocultural para el desarrollo del *Atlas* se ha elaborado a partir del análisis profundo de los territorios, teniendo en cuenta tanto los ecosistemas como el patrimonio agroalimentario, arquitectónico y cultural en general, aportados por los grupos humanos locales. La idea fue propuesta por Enrique A. Mundaca, biólogo, Máster en Ciencias de la Conservación y doctorado en Ecología en la Universidad Victoria de Wellington. En el contexto de los proyectos ATE 230028 y ATE 220008, entró en contacto con especialistas en patrimonio agroalimentario como la agrónoma Ximena Quiñones Díaz y el chef y *sommelier* Fernando Mujica, dedicados a los vinos patrimoniales y productos territoriales (Rojas, 2021; Quiñones Díaz et al., 2022; Mujica et al., 2023). La articulación entre Mundaca, Quiñones Díaz y Mujica significó también el encuentro de amplias redes de conocimiento, lo cual contribuyó a generar las sinergias necesarias para repensar el concepto. Se llegó así a la definición de turismo ecocultural como la “Articulación de identidad territorial, patrimonio cultural, conservación biológica y participación comunitaria, para alcanzar una forma de turismo sostenible -ambiental y económicamente- que genere conciencia ambiental, equidad social y resiliencia de las comunidades en las cuales se practica” (Mundaca, 2025).

Esta definición supuso una innovación al equilibrar el ecoturismo y el turismo naranja centrado las industrias creativas y en el patrimonio cultural. También supera los enfoques únicamente sustentables, focalizados en lo ambiental, al incorporar objetivos económicos y sociales propios de la sostenibilidad. En suma, el turismo ecocultural se distancia del conservacionismo estricto y abre paso a una actividad económica vinculada a encadenamientos productivos y pymes locales.

Esta nueva conceptualización del turismo ecocultural, aplicada al contexto latinoamericano, no habría sido posible sin la convergencia de diversas miradas provenientes de la academia, desde disciplinas a primera vista disímiles como la ecología, la agronomía y los estudios del patrimonio.

No obstante, la formulación conceptual, por sí sola, hubiera resultado insuficiente. En la medida en que las propuestas buscaban establecer vías concretas de desarrollo a partir del turismo, se hizo necesario incorporar en su diseño y puesta en práctica a actores capaces de movilizar recursos, conocimientos técnicos y experiencia territorial. En este contexto, se iniciaron procesos de diálogo y articulación con grupos de empresarios vinculados, de manera real o potencial, a la actividad turística.

3.2 Los clústeres empresarios: asociatividad en torno al turismo ecocultural

La conformación de clústeres empresariales emergió como un elemento clave para la implementación del turismo ecocultural. Dado que uno de sus pilares fundamentales es la participación de las comunidades locales, la construcción de formas de asociatividad entre las distintas partes interesadas ha resultado central para sentar las bases de una nueva forma de gobernanza turística. Dentro de este contexto, la asociatividad puede entenderse como el conjunto de relaciones, procesos colaborativos y estructuras de gobernanza que permiten a los distintos actores de un destino turístico trabajar de manera coordinada para generar redes, tomar decisiones compartidas y distribuir de forma equitativa los beneficios, fortaleciendo así la sostenibilidad y el desarrollo comunitario (Duxbury y Gillette, 2007; Jansen-Verbeke, 2009; Ottaviani et al., 2024; WEF, 2025).

El concepto de turismo ecocultural obtuvo buena recepción en el sector empresarial, especialmente en áreas dedicadas a bienes y servicios con valor identitario y patrimonial. También logró resonar en comunidades asentadas en paisajes culturales diversos, con identidades fuertes y singulares.

A partir del principio de asociatividad, hoy se pueden distinguir principalmente cinco clústeres empresarios participando en el proceso del Atlas: uno en Argentina (Mendoza Este), tres en

Chile (Limarí, Parque Bustamante y Maule) y uno en Chuquisaca (Valle de Cintis). En estos territorios, además, se han establecido vínculos con los organismos públicos, tanto municipios como gobiernos de región (Chile), Provincia (Argentina) o Departamento (Chuquisaca). En cada caso el funcionamiento ha sido diferente, con algunos puntos de contacto.

Los dos clústeres más sólidos son los de Mendoza Este y Limarí, debido a la envergadura de las empresas comprometidas y el alto perfil de sus líderes. El clúster de Mendoza Este se formó principalmente con empresas vitivinícolas industriales del oriente de la Provincia de Mendoza, incluyendo firmas grandes (Los Haroldos, Carbonero Wines, y Bodegas y Viñedos Ferreyra, Tecnoprem) y pymes (Santos Lugares, Tierra Alta y Tradición Vitícola). Se sumaron también emprendimientos turísticos, como una empresa de globos aerostáticos, un restorán de comida patrimonial (María Paz) y una empresa de servicios para montajes de luz y sonido para grandes espectáculos (Aruj), entre otros emprendimientos. Esta organización convocó por concurso para cubrir el cargo de gerente, con un economista con experiencia en actividades culturales patrimoniales (Mariano Morales). Entre sus líderes se destacan el presidente Daniel Moreno, titular de la tecnológica Tecnoprem; el director de Cultura, Alejandro Aruj; el notario y titular de Tierra Alta, Carlos Vanella, y las dos vicepresidentas, Alicia Olivella y Vanina Santarelli. Por su parte el Cluster de Limarí se integró con empresas de hotelería y gastronomía (hacienda Juntas, restorán Fuente Toscana), destilerías ancestrales (Waqar, Juliá y Cogotí) y productores frutícolas. Su titular, Carlos Claussen, además de la Hacienda Juntas, representa el vínculo con la industria minera chilena, dada su destacada trayectoria como abogado de la Sociedad Nacional de Minería (SONAMI), en la cual se ha desempeñado durante muchos años como secretario general. Otro referente destacado es Jaime Campusano, maestro destilador artesanal, y descendiente directo de Amador Campusano, quien fuera durante cuatro décadas presidente de la emblemática Cooperativa Control Pisquero, principal empresa del Norte Chico de Chile y modelo de asociatividad en el territorio.

En forma complementaria, aparecen los otros tres clústeres. En Chile, se sumó a este movimiento el clúster del barrio gastronómico del parque Bustamante, situado en la ciudad de Santiago, y liderado por Carlos Arellano, destacado dirigente de la Asociación Nacional de Sommeliers de Chile. Por su parte, el clúster del Maule lo integran pymes y profesionales del campo del turismo y gastronomía, incluyendo la principal empresa de turismo de la naturaleza (Casa Chueca), el restorán patrimonial de Talca (Rubén Tapia), el lodge del río Maule (Cristian Paccot), entre otros. Finalmente, el clúster del Valle de Cintis, en Chuquisaca, reúne pequeñas empresas, incluyendo turoperadores, hoteles y, sobre todo, las llamadas “Haciendas Virreinales”, herederas de los asentamientos instalados en los siglos XVII y XVIII durante el apogeo de la producción minera de Potosí. Se trata de propiedades pequeñas, debido a las parcelaciones masivas realizadas en Bolivia en la reforma agraria de la década de 1950. Se

expropiaron las grandes extensiones de tierras, pero quedaron intactos el equipamiento y las instalaciones vitivinícolas, incluyendo lagares de piedra labrada, ánforas y tinajas de greda, entre otros. A ello se suman los viñedos con sistema de conducción en árbol vivo, que forma un paisaje cultural único en el mundo.

Así, los clústeres se convirtieron en pilares de todo el proyecto, sobre todo porque lograron articularse entre sí, a través de la Red Iberoamericana de Turismo Eco-Cultural. Esta entidad, de carácter informal, surgió de los encuentros realizados entre los clústeres, principalmente la I Cumbre Iberoamericana de Turismo Eco-Cultural (Mendoza Este, marzo de 2025), con la II edición programada para octubre de 2026, así como en encuentros de carácter más académico, como el Simposio de Turismo Eco-Cultural (Santiago de Chile, septiembre de 2025). A través de estos encuentros, y más allá de sus asimetrías, los clústeres lograron crear vínculos de reciprocidad que sirvieron para sentar las bases empresariales y de economía real, sobre la cual se pudo montar el *Atlas de las Maravillas de Latinoamérica*. El vínculo directo con los actores de los territorios aseguró que las ideas académicas no quedaran en expresiones teóricas, sino que pudieran insertarse efectivamente en terreno a través de su aplicación en prácticas específicas orientadas a valorizar el patrimonio natural y cultural como herramientas de actividad económica.

3.3 Redes universitarias como soporte conceptual y teórico

Junto con las redes empresariales generadas por los clústeres, otro actor decisivo de este proceso han sido las redes universitarias especializadas en estudios sobre el patrimonio cultural, en particular sobre vinos, destilados, gastronomía, fiestas y celebraciones. Este movimiento se puso en marcha en la Universidad Nacional de Cuyo, con la realización del I Encuentro Argentino-Chileno de Estudios Históricos e Integración Cultural (1995), liderado por el chileno Eduardo Devés y el argentino Carlos Mayo. A partir de entonces, esta organización realizó encuentros regulares en ciudades de ambos países (Santiago, Valparaíso, Buenos Aires, San Juan, Mendoza, entre otras), asentando vínculos de confianza y oportunidades de cooperación e integración. Dentro de este espacio surgió un *spin off* en la Universidad de Talca, con la organización del I Seminario Iberoamericano de Ciencias Sociales (1997), que se celebró anualmente allí durante tres lustros, y que a partir de 2004 se focalizó en el patrimonio agroalimentario, ahora denominándose “Seminario de Viticultura y Ciencias Sociales”. La novedad fue la integración de universitarios del campo de las ciencias agrarias y la enología, como Yerko Moreno, José Antonio Yuri y Philippo Pszczółkowski, quienes entregaron la mirada técnica y científica para fortalecer el desarrollo de la red con enfoque interdisciplinario. Después de cuatro ediciones en Talca, el Seminario Iberoamericano comenzó a rotar las sedes, con ediciones en Mendoza y San Juan (Argentina), Torreón (México) y Santiago (Chile). Muchos de sus integrantes se reunieron también en la Conferencia Internacional de

Patrimonio Vitivinícola de Almendralejo (España, 2011), organizado por Juan Blánquez, director del programa de Máster en Patrimonio de la Universidad Autónoma de Madrid. Se consolidó así una comunidad académica, inspirada en el pensamiento integrador de Eduardo Devés, de carácter interdisciplinaria, con agrónomos, economistas, historiadores, arqueólogos, antropólogos, geógrafos, arquitectos, sommeliers, sociólogos, entre otras especialidades. Tras la edición XVIII de este seminario (2014), se creó la *Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad (RIVAR)*, publicación científica que en pocos años ha logrado ingresar en el primer cuartil de revistas científicas internacionales (JCR Q1). El enfoque interdisciplinario de *RIVAR* fortaleció la línea de trabajo de los seminarios, añadiendo valor a los productos agroalimentarios, destacando sus dimensiones simbólicas, identitarias y culturales. También promovió la investigación orientada, de manera casi intuitiva, al turismo ecocultural, con especial énfasis en la gastronomía, el patrimonio alimentario y sus festividades asociadas.

Las redes de los Seminarios Iberoamericanos y la revista *RIVAR* facilitaron la construcción de vínculos permanentes entre investigadores universitarios de distintos países. La matriz fundamental estaba en Argentina y Chile, con una columna en Europa formada por Juan Blánquez, Frédéric Duhart y otros académicos portugueses. Pero también fue relevante el vínculo con Bolivia, particularmente con la economista Alejandra Buitrago (Universidad del Valle, sede Cochabamba), quien participó en el Seminario de 2014 (Santiago de Chile) y publicó varios artículos en *RIVAR*. Ella fue el enlace con la comunidad de empresas de Sucre y el Valle de Cintis, lo cual facilitó los contactos para el posterior surgimiento de los clústeres, proceso en el cual participó también su colega Miriam Bajares (Universidad del Valle, sede Sucre), quien asistió personalmente al Simposio Turismo Eco-Cultural de Santiago 2025.

Los fondos públicos del Estado de Chile contribuyeron al desarrollo de este proceso. De esta forma, los Fondos de la Innovación y Competitividad (FIC), permitieron aplicar estas ideas en la región de O'Higgins, incluyendo los espectáculos antropológicos; también se realizaron proyectos del Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (FONDECYT) sobre productos patrimoniales, lo cual se consolidó con el programa de redes asociativas (proyectos Anillos temáticos de investigación en ciencia y tecnología). En este contexto, los proyectos ATE220008 y ATE230028 permitieron estrechar lazos entre investigadores de distintas disciplinas, con la presencia del antropólogo Juan Carlos Skewes, el curador patrimonial agroalimentario Fernando Mujica y el biólogo Enrique A. Mundaca respectivamente, entre otros investigadores. El arqueólogo y patrimonialista Juan Blánquez realizó una estadía de seis meses en Chile (2025), lo cual facilitó la consolidación de los vínculos. Blánquez, Skewes y Mundaca participaron en actividades con los clústeres con viajes a Mendoza, Limarí y Maule; participaron activamente en el Simposio de Turismo Eco-Cultural en Santiago, y asumieron el liderazgo intelectual de las iniciativas, asegurando una base sólida de conocimiento académico debidamente fundamentado en trayectorias, proyectos y publicaciones científicas.

Se levantó así una estructura que logró ofrecer a los empresarios un marco de sustento académico capaz de crear confianza, lo cual sirvió para poner en marcha un proceso fecundo de interacción y cooperación entre la universidad y la empresa.

3.4. Concepto de Atlas de las Maravillas de Latinoamérica

La convergencia de las redes empresariales y universitarias contribuyó a asegurar el humus cultural donde finalmente se produjo la creación del *Atlas de las Maravillas*. Éste surgió en el marco de un debate del comité organizador del Simposio “Turismo Eco-Cultural”, a mediados de 2025. Tras la confirmación de la presencia de los clústeres empresariales, que viajarían para asistir a las ponencias académicas y, a la vez, exhibir sus productos típicos, se discutió en el seno del comité organizador, la forma de crear un mecanismo que sirviera para visibilizar y galardonar la producción de las empresas comprometidas con los territorios. El punto crítico era encontrar un instrumento capaz de articular lo académico-universitario con lo industrial y comercial. Se vislumbraba así la posibilidad de unir investigación académica, a realidades y territorios locales, potenciando una interesante colaboración que dio como resultado la propuesta del *Atlas*.

El debate se realizó con perspectiva histórica. Se tomaron como ejemplo las Exposiciones Universales, organizadas desde mediados del siglo XIX para impulsar la producción industrial y agroalimentaria. Uno de sus aspectos más relevantes para los estudiosos del patrimonio agroalimentario fue el sistema de concursos y medallas que se implementó, justamente, para visibilizar y galardonar a los productores. El comité organizador del Simposio tenía claro el antecedente de la Exposición Universal de París (1889), cuando productos típicos de la región, como el pisco Tres Cruces, del Valle de Elqui, obtuvo medallas por su calidad. Como los empresarios han demostrado un interés muy claro en estos reconocimientos, se evaluó la posibilidad de incluir algún tipo de galardón en el Simposio, para entregar a los empresarios participantes un medio que resultara de utilidad para sus objetivos comerciales. Se propuso establecer un sistema de premios con medallas. No obstante, el sector técnico-profesional rechazó la iniciativa. Según Fernando Mujica, la principal objeción fue la ausencia de una autoridad reconocida en el Simposio que validara la entrega de medallas por calidad, así como la introducción de una lógica competitiva contraria al espíritu asociativo del proyecto. Además, se cuestionó la pérdida de valor y la escasa utilidad de estos reconocimientos, lo que llevó a descartar la propuesta.

El rechazo de la idea de entregar medallas generó una situación de incertidumbre. Porque si los académicos no encontraban un mecanismo que resultara atractivo y de utilidad para las empresas, se podía perder su interés por participar. El Simposio podría ser una actividad interesante, pero podría perder continuidad si no se creaban incentivos para invertir tiempo

de trabajo y recursos económicos para financiar los costos de traslados y estadía en el extranjero. ¿Qué sentido tendría tanto esfuerzo, a cambio de unas conferencias de marcado enfoque académico? ¿Cuál sería el beneficio práctico para las pymes? En este sentido, la creación de premios y mecanismos de reconocimiento puede interpretarse como una respuesta a una limitación estructural en la vinculación entre academia y sector productivo: la ausencia de incentivos claros para la participación empresarial. La literatura ha mostrado que las empresas —en particular las de menor escala— tienden a involucrarse en este tipo de iniciativas solo cuando identifican beneficios concretos, tales como visibilidad, acceso a mercados o fortalecimiento de redes (Sarabia-Altamirano, 2016). Desde esta perspectiva, los premios no solo cumplían una función simbólica de legitimación, sino que operaban como dispositivos de incentivo que buscan alinear intereses entre actores con lógicas distintas, facilitando así la implementación de estrategias de desarrollo territorial basadas en el turismo ecocultural.

La búsqueda de un punto de convergencia entre el mundo universitario y comercial se convirtió en un eje central del comité organizador del Simposio, con miras a proyectar el vínculo en el tiempo. En este contexto, se planteó que el mecanismo de articulación no debía basarse en procedimientos donde la red de investigadores carecía de liderazgo internacional, como las catas de vinos y alimentos, sino en ámbitos donde sí lo poseía. La amplia red internacional de investigadores especializados en productos con identidad territorial y valor simbólico se definió como el sustrato para establecer formas de reconocimiento, siendo el arraigo al territorio el principal atributo para visibilizar y galardonar productos patrimoniales. En este estado del debate Juan Carlos Skewes, doctor en Antropología por la Universidad de Wisconsin y Premio Nacional de Antropología de Chile (2023) propuso crear el *Atlas de las Maravillas*. A partir de esta propuesta, se generó un debate conceptual para darle forma a la idea. El concepto fundamental era modelar un camino intermedio entre las medallas de las Exposiciones Universales, dedicadas a visibilizar y galardonar los productos comerciales, con el sistema UNESCO de patrimonio de la Humanidad, centrado exclusivamente en la conservación. La resultante sería un nuevo instrumento, dedicado a identificar y reconocer bienes tangibles e intangibles de valor patrimonial, juntamente con una actitud de promover la actividad económica desde un enfoque de economía de la cultura. De este modo se lograría un equilibrio adecuado, capaz de armonizar intereses académicos y comerciales. La nueva propuesta se definió en los siguientes términos:

“Hay palabras que evocan la infancia. Atlas, maravilla, son dos de ellas. Son voces que invitan a lugares distantes y acogedores; son voces que trascienden la virtualidad y que encuentran asidero en los paisajes a que refieren. El Atlas es una hoja de ruta, un mapa caminero, una carta de navegación; la maravilla, a su vez, es lo que embelesa, lo que invita, lo que acoge. Un Atlas de las Maravillas Eco-Culturales de América Latina es un llamado a reencontrarse con esos lugares donde la naturaleza ha quedado al buen resguardo

de los estilos de vida de aquellas comunidades que se han hecho parte de los paisajes que les dan sustento” (Skewes, 2025, s/n).

La implementación del Atlas fue el desafío siguiente. El Simposio de turismo ecocultural de septiembre de 2025, con 115 expositores de 16 países, proporcionó la base intelectual para iniciar el proceso. Se revisaron las ponencias y se seleccionaron aquellas centradas en productos o territorios con claro valor identitario y patrimonial, descartando las de carácter teórico o abstracto que no se ajustaban al perfil buscado para el Atlas de las Maravillas. Las propuestas se agruparon en cuatro categorías de interés: 1. Ruta de turismo ecocultural: conjunto de atractivos turísticos articulados que entregan un itinerario con identidad temática; 2. Paisaje cultural de valor patrimonial; 3. Gastronomía y productos típicos: alimentos, bebidas, restaurantes y hoteles o destinos; y, 4. Asociatividad, organización de pymes y otras varias entidades para fortalecer el territorio y sus valores identitarios, patrimoniales y Eco-Culturales. Con ellas se conformó el primer listado de postulantes para integrar la instancia inaugural.

La conformación de un jurado confiable y de prestigio fue el paso siguiente. Se convocó a académicos y especialistas de distintos territorios y países, principalmente entre invitados y expositores del Simposio, con el fin de garantizar estándares de seriedad y excelencia académica. Posteriormente, se elaboró una planilla de evaluación para una revisión equilibrada de cada postulación, en base a ella finalmente se aprobaron 21 propuestas para la instancia inaugural del Atlas. La creación del Atlas tuvo una recepción positiva, con publicaciones en medios de Argentina, Bolivia, Chile y Perú, además de un amplio impacto en redes sociales en distintos países de latinoamericanos.

El comité académico realizó pronto una autocrítica de lo actuado. Se detectó un sesgo, con países sobrerrepresentados (Argentina, Chile y Bolivia), y países ausentes. Para superar esta debilidad, se convocó a una reunión del Comité Ampliado de la Red Iberoamericana de Turismo Eco-Cultural, con presencia de académicos y clústeres empresarios, además de autoridades del Estado, para evaluar nuevas postulaciones, sobre todo de los países que estaban total o parcialmente excluidos. Esta sesión finalmente se realizó el 21 de octubre de 2025, y permitió equilibrar el Atlas, con la incorporación de otras 22 propuestas. Como resultado quedó conformado el *Atlas* 2025, con 43 ítems correspondientes a más de 20 países latinoamericanos. De inmediato se contrató una empresa de diseño para realizar mapas digitales del *Atlas*, bajo la supervisión de Mujica como curador patrimonial, y se puso en marcha el canal de Youtube, supervisado por Alejandro Aruj como curador audiovisual, para incluir videos de cada territorio, con sus paisajes culturales, gastronomía y patrimonio cultural.

4. Conclusiones

El *Atlas de las Maravillas de América Latina* aparece como una iniciativa original, surgida de la articulación de las redes académicas con las redes empresariales vinculadas al turismo ecocultural. Si bien se inspira en experiencias previas de valorización patrimonial —como las Exposiciones Universales del siglo XIX y las iniciativas impulsadas por organismos internacionales, como la UNESCO, en el siglo XX—, introduce una mirada más flexible, basada en la construcción de redes territoriales y en la participación de actores diversos.

En ese sentido, el *Atlas* puede interpretarse como un esfuerzo por aportar el mejoramiento del modelo de desarrollo económico de América Latina, que actualmente, y desde hace muchas décadas —e incluso siglos—, sigue dependiendo fundamentalmente de la producción y exportación de materias primas. El “extractivismo” aporta a la macroeconomía de los países latinoamericanos, y fortalece las rentas públicas, con su consiguiente impacto positivo en salud, educación, seguridad y demás funciones del Estado. Pero resulta insuficiente para construir una sociedad diversificada, con pymes vigorosas e innovadoras, que contribuyan a la movilidad e integración social. Tal como ocurre en Europa, el turismo receptivo puede ser el vector que contribuya a desarrollar las pymes con sus consiguientes externalidades positivas en los territorios en que se sitúan.

El desarrollo del Atlas ha sido posible gracias a la convergencia de tres pilares principales: academia, empresas y Estado. Mientras el sector público ha contribuido mediante el financiamiento de iniciativas de investigación y desarrollo, la academia ha desempeñado un rol clave en la construcción de redes interdisciplinarias en torno al patrimonio cultural latinoamericano. Particularmente, la academia ha dedicado 30 años a formar las redes interdisciplinarias latinoamericanas en torno a la identidad y el patrimonio cultural, formalizadas luego con la creación de una revista científica (*RIVAR*). Por su parte, el sector empresarial ha logrado impulsar procesos de asociatividad que han permitido generar las condiciones organizativas necesarias para la implementación del proyecto trabajando en conjunto con el mundo académico y el Estado.

El proyecto de turismo ecocultural ha encontrado en el Atlas de las Maravillas un vehículo con potencial para alcanzar sus objetivos de visibilizar, promover y poner en valor los atractivos turísticos de América Latina, tanto la belleza escénica como el patrimonio cultural, la gastronomía, los productos típicos y las fiestas identitarias. Se trata de una propuesta superadora del eco-turismo, centrado en la naturaleza, y de los servicios industrializados y estandarizados de cruceros y “*all inclusive*”, con escaso compromiso con la identidad y la cultura locales. A través de este camino, se apunta hacia un equilibrio en el enfoque económico regional: si hasta ahora la corriente principal se había concentrado en extraer y

exportar recursos naturales, a cargo de las grandes empresas, ahora se propone activar también los recursos culturales, con participación de las pymes. De este modo se aspira a promover la economía de América Latina, incrementar el empleo, fortalecer a las pymes y construir una sociedad más integrada y equilibrada.

Desde el punto de vista histórico, este proyecto tiene como referente la tesis de Alberdi (1845), que propiciaba un acercamiento entre los países latinoamericanos para avanzar juntos hacia un modelo de desarrollo económico co-creado, formando bloques regionales cooperativos, inspirado en la propuesta del Zoverlein (1830), antecedente inspirador de la Unión Europea. Alberdi planteaba la necesidad de mirarse mutuamente para crecer juntos. Alentaba medidas fundamentales como mejorar los medios de transporte y las comunicaciones; facilitar el transporte de personas, cargas e información. Adelantándose 150 años al euro, Alberdi propuso una moneda común para facilitar la integración y el intercambio de bienes y servicios, aspecto que ha facilitado enormemente el auge del turismo en el Viejo Mundo. Este legado histórico resurge ahora, con más fuerza, a través del Atlas de las Maravillas de Latinoamérica y la red de turismo ecocultural, formada por asociaciones de empresarios y académicos, poniendo al servicio de los territorios la investigación universitaria, que año tras año actualizará el listado de destinos, productos y lugares de significación cultural y natural, contribuyendo a la puesta en valor del patrimonio latinoamericano.

Cabe señalar también que el proceso de conformación del Atlas evidenció tensiones y asimetrías relevantes. La sobrerrepresentación inicial de Argentina, Chile y Bolivia reflejó la mayor densidad de redes académicas previamente consolidadas en dichos territorios, aspecto que se buscará subsanar en futuras ediciones incluyendo a cada vez más países latinoamericanos. Asimismo, la articulación entre lógicas patrimoniales y objetivos comerciales no estuvo exenta de conflictos, especialmente en torno a los mecanismos de legitimación, los criterios de selección de las maravillas y la tensión entre reconocimiento cultural y posicionamiento de mercado. Estas disputas muestran que el proceso del desarrollo del *Atlas* no ha sido neutro, sino un espacio atravesado por relaciones de poder, jerarquías de legitimidad y disputas por la representación territorial.

Futuras investigaciones podrán profundizar en la medición del impacto concreto del Atlas sobre los territorios incorporados, particularmente en términos de fortalecimiento de economías locales, sostenibilidad social y apropiación comunitaria del patrimonio. Asimismo, resultará relevante comparar experiencias similares en otros espacios regionales y analizar los riesgos de mercantilización patrimonial que pueden emerger cuando el turismo se transforma en principal estrategia de valorización territorial.

5. Bibliografía

- Alberdi, J.B. (1979). *Sobre la conveniencia de un Congreso General Americano* (Trabajo original publicado en 1845). México: UNAM.
- Aruj, A. & Lacoste, P. (2021). El abrazo artista-campesino y la valoración de los productos agrícolas: el caso de la Fiesta Nacional de la Vendimia (Argentina). *Idesia* 39(4): 21-28. <https://doi.org/10.4067/S0718-34292021000400021>
- Bak-Gellner Corona, S. (2009). Los recetarios "afrancesados" del siglo XIX en México. *Anthropology of food, Oxford*, 56. <https://doi.org/10.4000/aof.6464>
- Blest Gana, Alberto. (1904). *Los trasplantados* (2 vols.). París, Francia: Garnier Hermanos. <http://www.memoriachilena.gob.cl/archivos2/pdfs/MC0005019.pdf>
- Chacana-Ojeda, M., Guevara-Ramírez, W., Martínez-Cháfer, L., & Molina-Morales, F. X. (2025). The Development of Geographical Indications in Latin America: A Bibliometric Analysis. *RIVAR*, 12(34), 1-22. <https://doi.org/10.35588/5f224w47>
- Couyoumdjian, J. R. (2006). Vinos en Chile desde la Independencia hasta el fin de la Belle Époque. *Historia* (Santiago), 39(1), 23-64. <https://doi.org/10.4067/S0717-71942006000100002>
- Couyoumdjian, J. R. (2009). El mate, el té y el café en Chile desde la independencia hasta 1930. *Boletín de la Academia Chilena de la Historia*, LXXV(118), 7-56.
- Devés, E., y Álvarez, S. (Eds.). (2020). *Problemáticas Internacionales y Mundiales desde el pensamiento latinoamericano*. Santiago, Chile: Ariadna Ediciones.
- Duxbury, N., y Gillette, E. (2007). *Culture as a Key Dimension of Sustainability: Exploring Concepts, Themes, and Models* (Working Paper No. 1). Creative City Network of Canada – Centre of Expertise on Culture and Communities.
- García Álvarez, L. B. (2024). Cultura sidrera y proyección internacional de Asturias. *RIVAR*, 11(32), 112-127. <https://doi.org/10.35588/rivar.v11i32.6065>
- Hamza, A. (2025). A review of developmental impacts of eco-cultural tourism. *Ghana Journal of Development Studies*, 22(1), 235-255. <https://doi.org/10.4314/gjds.v22i1.11>
- Hobsbawm, E. (1998). *Industria e imperio: Una historia económica de Gran Bretaña desde 1750*. Barcelona, España: Ariel.
- Jansen-Verbeke, M. (2009). The territoriality paradigm in cultural tourism. *Tourism*, 19(1-2).

- Jeffs Munizaga, J. (2017). Chile en el macrocircuito de la yerba mate: Auge y caída de un producto típico del Cono Sur americano. *RIVAR*, 4(11), 148–170.
- Jorge-Martín, R. & Serrano de la Cruz Santos-Olmo, M. A. (2025). Diferenciación territorial y exportación: La consideración del paisaje en los Pagos vitivinícolas. *RIVAR*, 12(35), 176–193. <https://doi.org/10.35588/kct8r710>
- Landini, G. (2025). La Fiesta Nacional del Puesterero: Tradiciones rurales y construcción identitaria en Neuquén, Argentina. *RIVAR*, 12(35), 70–85. <https://doi.org/10.35588/yzp2bq41>
- Lejavitzer, A. (2025). El tomate: Historia, cocina y cultura. Cinco siglos entre América y Europa. *RIVAR*, 12(36), 102–119. <https://doi.org/10.35588/w28sdq48>
- Leonardi, V., Elías, S., & Tortul, M. (2022). Los sitios de Patrimonio Mundial como determinantes de la demanda turística internacional en América Latina y el Caribe. *Lecturas de Economía*, 96, 171–200. <https://doi.org/10.17533/udea.le.n96a342804>
- Lipovetsky, G. (2024). *La consagración de la autenticidad*. Barcelona, España: Anagrama.
- Lizama Poblete, N. (2017). La gobernanza ambiental transfronteriza como perspectiva para estudiar la conflictividad socioambiental en torno a la minería en zona de frontera. *RIVAR*, 4(11), 52–73.
- Maia-Marques, G. (2023). Herança monástica na gastronomia e vinhos da região do Minho. *RIVAR*, 10(30), 89–111. <https://doi.org/10.35588/rivar.v10i30.5917>
- Medina, F. X. (2018). La construcción del patrimonio cultural inmaterial de carácter alimentario y sus retos en el área mediterránea: El caso de la Dieta Mediterránea. *RIVAR*, 4(14), 6–23.
- Mujica, F., Lacoste, P., & Lacoste Adunka, M. (2023). Los patriotas y el patrimonio alimentario de Chile. *Idesia*, 41(1), 61–70. <http://doi.org/10.4067/S0718-34292023000100061>
- Mundaca, E. (2025). Qué es el Turismo Eco-Cultural. En *Simposio de Turismo Eco-Cultural, XI Jornadas de Estudios Internacionales*, Santiago de Chile, 24–26 septiembre 2025.
- Ottaviani, D., De Luca, C., & Åberg, H. E. (2024). Achieving the SDGs through cultural tourism: Evidence from practice in the TExTOUR project. *European Journal of Cultural Management and Policy*, 14. <https://doi.org/10.3389/ejcmp.2024.12238>
- Quiñones Díaz, X. E., Muñoz Concha, D., & Núñez Carrasco, L. (2022). El cultivo del ají (*Capsicum* spp.) como patrimonio cultural campesino: Análisis exploratorio. *RIVAR*, 9(26), 89–106. <https://doi.org/10.35588/rivar.v9i26.5531>

- Ramírez-Naranjo, D. O., Musule-Lagunes, R., & Ayala-Ortiz, D. A. (2024). Contributions to the sustainability of the rural mezcal system: The case of the Queréndaro Region in Michoacán, Mexico. *RIVAR*, 11(32), 128–149. <https://doi.org/10.35588/rivar.v11i32.5803>
- Remedi, F. (2017). Modernidad alimentaria y afrancesamiento: Ciudad de Córdoba (Argentina) en el tránsito del siglo XIX al XX. *Historia Crítica*, 65, 71–92. <https://doi.org/10.7440/histcrit65.2017.04>
- Rojas Aguilera, G. (2021). Viñas chilenas como Patrimonio de la Humanidad. *RIVAR*, 8(22), 218–225. <https://doi.org/10.35588/rivar.v8i22.4783>
- Sarabia-Altamirano, Gabriela. (2016). La vinculación universidad-empresa y sus canales de interacción desde la perspectiva de la academia, de la empresa y de las políticas públicas. *CienciaUAT*, 10(2), 13-22. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-78582016000100013&lng=es&tlng=es.
- Sequeira, C., & Montes Leal, P. (2025). Crisis and intervention: The impact of liberal legislation on the Portwine sector, 1870–1900. *RIVAR*, 12(35), 234–251. <https://doi.org/10.35588/974z5z79>
- Soler, L. C. (2025). Dinámicas estratégicas: Comercio del cacao en el circuito Guayaquil–Lima–Nueva España (siglo XVIII). *RIVAR*, 12(36), 58–75. <https://doi.org/10.35588/8njd5e52>
- Skewes, J. C. (2025). Qué es el Atlas de las Maravillas. En *Símpoio de Turismo Eco-Cultural, XI Jornadas de Estudios Internacionales*, Santiago de Chile, 24–26 septiembre 2025.
- Torres Valdés, R. M., Ordóñez García, C., & Grao Gil, O. (2025). Aproximación al concepto de inteligencia gastronómica. *RIVAR*, 12(36), 192–205. <https://doi.org/10.35588/q4jvaq98>
- Wallace, G., y Russell, A. (2004). Eco-cultural tourism as a means for the sustainable development of culturally marginal and environmentally sensitive regions. *Tourist Studies*, 4(3), 235–254. <https://doi.org/10.1177/1468797604057326>
- World Economic Forum (WEF). (2025). *Future of travel and tourism: Embracing sustainable and inclusive growth* (Briefing Paper).
- Zbarsky, V. K., Prystemskyi, O. S., Konovalenko, A. S., Demko, V. S., & Skidanov, O. A. (2023). Safe development of the tourism industry in the European space. *RIVAR*, 10(29), 135–154. <https://doi.org/10.35588/rivar.v10i30.5686>
-