



Vol 6, Nº 14 (Junio/junho 2013)

## **EL APROVECHAMIENTO DEL PRODUCTO TURÍSTICO DE ZARUMA, DESDE LA ACCIÓN UNIVERSITARIA.**

**Dra. Luisa de los Ángeles Rodríguez Domínguez, PhD.**

**Dr. Rigoberto García Batista, PhD**

**Lic. Jessica Lalangui**

Profesores de la UMET, Ecuador.

### **Resumen**

Diseñar un producto significa estar pensando en el turista, utilizando su visión, sus expectativas y sus intereses sociales por lo que constituye una importante implicación para el marketing de las empresas del sector en general, y las oficinas nacionales y regionales de turismo que se encarguen de gestionar y promocional dicho producto local, buscando el posicionamiento del producto, desarrollo y mejora del mismo, a partir de identificar necesidades y deseos del público objetivo. Entonces, como diseñar un producto turístico que se adecue las necesidades y aspiraciones del público exigente, desde la intervención de la Universidad Metropolitana del Ecuador, a través de la aplicación de un proyecto universitario en el Cantón Zaruma de la Provincia del Oro.

**Palabras clave:** Producto turístico, desarrollo local, turismo, marketing Turístico

## **Introducción**

Este trabajo pretende desarrollar un plan de desarrollo y capacitación para el uso adecuado del producto turístico del Cantón Zaruma, en la Provincia del Oro, Ecuador, desde la acción de los estudiantes universitarios de la Universidad Metropolitana, el cual busca implementar beneficios que satisfagan las necesidades del turista, y de la población en general al brindar una nueva imagen turística a nivel internacional y nacional con el fin de aumentar el ingreso del Cantón y a la vez motivar al Ministerio de Turismo y al Gobierno en general, mediante acciones estrategias y específicas para que aumenten la competitividad de este destino turístico y así propiciar el desarrollo integral y el uso de sus recursos naturales y ambientales de manera sostenible en este lugar.

## **DESARROLLO**

En la actualidad la industria de la cultura y el ocio constituyen un sector de enorme dinamismo. Son una fuente de riqueza y, por lo tanto, los distintos usos del ocio constituyen un bien comercializable y entran en la órbita del cálculo económico.

"Todos los bienes relacionados con la cultura tienen un carácter aditivo, es decir, revelan una utilidad marginal creciente"(Herrero Prieto, 2000). Esto significa que el placer y las ganas de consumir los productos son mayores, y el gusto es, por tanto, insaciable.

En el consumo de este tipo de bienes se valora, entre otros, no solo la satisfacción presente, sino también el peso del pasado, pero se requieren los componentes de valor que lleva incorporado a los servicios que puedan derivarse.

Por tanto, dentro de esta industria del ocio lo que se trata es de medir los flujos, estimar los resultados de las actividades desarrolladas con el propósito de utilizar las posibilidades de usar el factor cultural como instrumento de desarrollo económico, pero que no puede dejarse a una utilización incontrolada sin correr el riesgo de su degradación, incluso de su destrucción. La satisfacción de las necesidades turísticas no debe constituir una amenaza para los intereses sociales y económicos de las poblaciones de las regiones turísticas, para el medio ambiente, especialmente para los recursos naturales, atracción esencial del turismo, ni para los lugares históricos-culturales.

Pero se necesita de un producto turístico adecuado, ordenado que combine recursos y servicios turísticos determinados, preparados para satisfacer las necesidades de los clientes por un precio determinado y; como cualquier producto, que muestre diferencias de otros productos de diferentes mercados. Pero para lograrlo se hace imprescindible de la acción de un grupo de personas capaces, desde sus conocimientos y gestión para integrar todos y cada uno de los elementos que se necesitan para que la oferta que se haga sea efectiva y eficaz desde el punto de vista cultural y económico.

Y aquí es donde entra la acción participativa de los estudiantes universitarios que desde sus programas de vinculación a la colectividad y sus proyectos de investigación realizan acciones encaminadas al logro de objetivos medibles con la población del lugar que se trabaja e interactúa de manera planificada y sistemática, a través de un proyecto integrador donde se insertan los estudiantes de las carreras de Administración Turística, Gestión Empresarial y Comunicación Social con las instituciones culturales del Cantón Zaruma. Pero porque fue escogida esta ciudad para tales efectos.

Los recursos turísticos del Cantón Zaruma pertenecen al patrimonio de la humanidad, donde la comunidad local debe desplegar los esfuerzos necesarios para su preservación. (De acuerdo a la Declaración de Manila sobre Turismo Mundial) y la actividad turística que allí se desarrolla debe descansar sobre la base de uno o varios recursos complementarios pero, tristemente, debido a los diversos factores económicos, sociales y especulativos, muchos recursos turísticos pierden su uso habitacional, lo que lleva a veces a su deterioro y en algunos casos a la destrucción de sus bienes patrimoniales, lo que motiva a respetar y rehabilitar el centro histórico, aunque sea patrimonio cultural de la humanidad, como una tarea a la que se deben abocar gobierno e instituciones para el desarrollo integral de la localidad y de la nación, fortaleciendo la comprensión del patrimonio cultural, el desarrollo de proyectos sustentables y propiciando sinergias para avanzar hacia la construcción de una ciudad sustentable e incluyente con la participación de todos y que contribuya a la conservación de nuestro rico y variado patrimonio cultural, porque ahí está la memoria y la consolidación de las identidades de los pueblos.

Se busca por tanto de la participación en el contexto humano, cultural y patrimonial de la ciudad histórica, de los espacios, actores, procesos, prácticas y resultados relacionados a esta temática, para comprender los retos y determinar estrategias y cauces de acción hacia la solución de los diversos problemas teóricos, operativos, científicos y metodológicos que se afrontan con relación a los espacios urbanos. En este caso con la participación activa y consciente de los docentes y alumnos/os, para motivar el interés por el descubrimiento de los atractivos y actividades turísticas del Cantón, que incentiva la enseñanza de cultura turística, la adecuada atención al visitante, el

fortalecimiento de las relaciones humanas y las buenas prácticas, con el fin de fortalecer los grupos poblacionales y etarios que conforman la sociedad ecuatoriana para tomar decisiones adecuadas que impulsen el desarrollo socio económico del Ecuador.

Pero ¿cómo puede la Universidad Metropolitana del Ecuador contribuir a la implementación de políticas que permitan alcanzar una adecuada divulgación del recurso turístico en el Cantón Zaruma?

Para dar respuesta a esta situación se proponen los siguientes objetivos globales

- 1.-Aprovechamiento sostenible del potencial turístico en el Cantón Zaruma
2. Planeamiento estratégico participativo del aprovechamiento turístico

De manera que se pueda dar solución a los siguientes objetivos específicos

- 1.-Identificación del capital natural del patrimonio socio-cultural y la actividad económica para el desarrollo turístico del cantón.
2. Diagnosticar los antecedentes y factores que intervienen en el emprendimiento turístico.
- 3.- Diseñar folletos, afiches, trípticos de promoción que valoren la importancia de los atractivos del Cantón
4. Elaborar de conjunto con los actores locales una estrategia de aprovechamiento de los atractivos del cantón.
- 5.-Crear una red para adultos y niños de comunicadores turísticos dentro del Cantón
- 6.-Identificar las instituciones públicas y privadas que pueden contribuir con el proceso de rehabilitación turístico del Cantón Zaruma
- 7.- Crear un Plan de acciones estratégicas para el rescate de valores patrimonial, capital natural y actividad económica, que contemple el desarrollo turístico del Cantón

Para ello se propone el proyecto de investigación “ Zaruma, maravilla turística de Ecuador”, Con él se busca fortalecer y revitalizar la cultura a través de la potencialización de las oportunidades económicas y productivas que se estén desarrollando en el cantón sobre la base de la utilización del recurso turístico, buscando nuevas formas de generación de ingresos sobre la base de la divulgación cultural y que sea de beneficio para el empoderamiento y arraigo cultural de cada uno de los grupos poblacionales

El Programa tiene el objetivo de contribuir a reducir brechas de equidad en el desarrollo humano cultural, social, económico del pueblo a través de la revitalización cultural, el desarrollo productivo y la profundización en el conocimiento y el ejercicio de derechos vinculados a su patrimonio material e inmaterial. El Programa se inserta bajo las políticas y los planes del país a través de los consejos culturales y sus expresiones comunales y está acorde con el Marco de Asistencia de las Naciones Unidas para el desarrollo (MANUD).

Es fuertemente participativo, mantiene un enfoque de derechos así como de la inversión y en el desarrollo del capital cultural para fortalecer las capacidades de grupos vulnerables y de los pueblos y comunidades involucradas y su desarrollo humano sostenible. Asimismo, se contribuye a fortalecer la cultura autóctona a través de las autoridades regionales, y el gobierno municipal.

Estos resultados pueden desarrollar una visión integral de la problemática cultural que se enfrenta donde los actores/ beneficiarios principales, deben mejorar sus capacidades para poder desarrollar un proceso de divulgación masiva por lo que se requiere de acciones de fortalecimiento que permita desarrollar un marco jurídico/institucional favorable a dichos procesos.

La revitalización cultural parte de los conocimientos culturales vivos, pero requieren la sistematización y divulgación de otros conocimientos, producto de estudios académicos superiores, para su efectiva consolidación. Por lo tanto, se facilitará la sistematización y divulgación de ambos tipos de conocimientos, así como de diversas manifestaciones culturales creativas.

Estos objetivos de enfoque cultural serán complementados con el desarrollo de actividades de turismo cultural que aporten a los procesos de revitalización cultural y empoderamiento del pueblo.

El seguimiento y monitoreo del Programa se hará a través de la coordinación de la universidad con las instituciones participantes con los insumos de informes de cada organismo, reportes de instituciones contrapartes, consejos de cultura y sus expresiones comunales, registros empresariales, turísticos, actas de reuniones, publicaciones, registros capacitaciones, etc., a la mitad y al final del Programa

Para el logro de estos propósitos nos proponemos determinar

1. ¿Cuál es la situación real que presenta el Cantón Zaruma desde el punto de vista del producto turístico?
2. ¿Cuáles son los atractivos turísticos de la región (patrimonio socio-cultural, actividad económica y capital natural)?

3. ¿Qué potencialidades de integración de componentes, sitios, itinerarios de posibles rutas (pilotaje previo)?
4. ¿Qué organización o alternativa de organización económica sería óptima para un pilotaje de operación y promoción de paquetes turísticos?
5. ¿Cuáles serían los productos turísticos a ofertar?
6. ¿Qué Metodología emplear para el planeamiento estratégico participativo del desarrollo turístico a partir del conocimiento de sus atractivos y oferta del producto

Debemos tener presente que el producto turístico es todo aquello que contribuye a la satisfacción de los clientes o consumidores; por tanto, lo que se vende son satisfacciones a los usuarios que esperan obtenerse mediante el consumo de ese producto, cuya utilidad depende de su capacidad para satisfacer una necesidad, que en este caso es el goce espiritual por lo bello, la contemplación de todo lo apreciable desde el punto de vista histórico cultural, atendiendo al concepto planteado por Cárdenas (1991) quien señala que "el producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos, turista". Es decir, desde la perspectiva del turista, el "producto turístico" puede considerarse como una experiencia, en el transcurso de la cual son utilizados productos muy diversos, considerado como todo una amalgama de atracciones, de varias ofertas de destino y de accesibilidad a los distintos lugares, convirtiéndose en la combinación de numerosísimos componentes intangibles de un paquete tangible"(Middleton, 1998).

Por tanto, el "producto turístico" ha de ofrecer al consumidor un conjunto de utilidades funcionales y psicológicas, siendo las primeras las que satisfacen las necesidades básicas, y las segundas, las relacionadas con el valor simbólico concedido por el turista al lugar o actividad elegida, y al valor social frente a grupos de referencia y para ellos e necesita de la capacitación a los actores locales que pueden convertirse en propulsores de esa cultura identitaria local.

Establecido ya el marco conceptual del "producto turístico", advertimos oportuno referirnos a sus características más importantes y diferenciadoras, de forma tal que podamos profundizar en su conocimiento, donde los estudiantes universitarios de las carreras de Administración turística y la de Gestión Empresarial se convierten en gestores de los conceptos, saberes y prácticas socioculturales necesarias para su divulgación local, de manera que el paquete turístico que se oferte incluya estos componentes:

- • *Atractivos*: son los elementos que hacen que el turista escoja ese destino y no otro. Constituyen la materia prima en la cual el núcleo se organiza.
- • *Facilidades*: son un complemento del producto turístico. No generan flujo turístico pero la falta de estas puede impedir la presencia de los turistas.
- • *Accesos*: son indispensables para que el turista llegue a destino ya que estos son los medios para que esto sea posible.
- • *Herencia cultural de un pueblo*: es algo muy importante siempre y cuando la expectativa del turista sea conocer culturas, lugares, eventos sociales, estilos de vida autóctonos, etc.

Los componentes de un producto turístico deben estar desarrollados a fin de atraer a los turistas de mercado potenciales específicos y crear una imagen positiva del destino.

Se debe tener en cuenta que cuando un cliente adquiere un producto busca en realidad el servicio que proporciona la posesión de ese producto, y a su vez, cualquier proceso de entrega del servicio necesita apoyarse en algunos productos para tangibilizar dicho servicio. Por lo que producto y servicios están complementados.

.Los resultados esperados son:

#### 1.-Aprovechamiento sostenible del potencial turístico

- Diagnóstico certero de la situación del turismo del Cantón
- Delimitar actores claves que participan.

#### 2.-Divulgación, revitalización, y gestión cultural de los participantes en el proyecto

- Percepción de los distintos actores y posibles beneficiarios sobre el desarrollo turístico del Cantón

#### 3- Programas de capacitación a niños y jóvenes

- Creación de planes de capacitación: Emprendimiento, Divulgación cultural, Guías de turismo, Gestión de proyectos
- Reforzar hábitos de autonomía personal en los involucrados para potenciar y consolidar las habilidades comunicativas
- Fomentar y facilitar en los niños hábitos de trabajo en grupo con sus familias

#### 4.-Vínculo entre el ayuntamiento, instituciones civiles, y universitarios

- Firma de convenios de colaboración por parte de las instituciones participantes

#### 5.-Elaboración de estrategia de aprovechamiento de los atractivos del cantón.

- Intervención de trabajo social con las familias y los entornos de estas personas
- Establecer vínculo entre el ayuntamiento, instituciones civiles, y universitarias
- Asesoría al colectivo de maestros que dirigen las actividades.

#### 6.- Divulgación de resultados de investigación

- Participación en eventos científicos afines
- Publicación de resultados
- Inclusión del tema de proyección turística en malla curricular de carreras de turismo y gestión empresarial
- Elaboración de un manual que recoja las formas de intervención y experiencias del trabajo universitario dentro de la institución (a través de reuniones de comisiones.)

Cada uno de estos resultados esperados tiene indicadores objetivamente verificables que son atendidos directamente por el jefe del proyecto, codificadas en los informes que se realizan periódicamente para comprobar su evolución

El Programa conjunto de cultura y desarrollo fortalecerá y revitalizará la cultura del Cantón. Reconoce el valor intrínseco que tienen las culturas para los pueblos y su importancia para la identidad de toda la población de El Oro y especialmente para el Cantón Zaruma. Se propone que la cultura se vea fortalecida a través de actividades de comunicación, y capacitación que genere una producción cultural, y emprendimiento, incluyendo la promoción de rutas turísticas divulgando rubros como las artesanías, culinaria tradicional, el ecoturismo, bajo la modalidad de turismo cultural. Por ello, hay que valorar los recursos turísticos sobre la base de un trabajo ordenado y coherente de gestión y aprovechamiento integral de estos recursos y evaluando convenientemente los problemas de escala de cada zona a potenciar hasta conseguir un auténtico reconocimiento de aquellos, con la finalidad de contratarlos ágilmente.

En el Ecuador, el Ministerio del Turismo señala que se debe explotar las bellezas nacionales desde la perspectiva de lo local atendiendo a la identificación del destino para el producto turístico y las intervenciones que se consideran necesarias para llevar a cabo el desarrollo de los productos, lo que hace valedero la ejecución de este proyecto universitario.

El programa de capacitación parte del principio de que el desarrollo socioeconómico es indispensable para la revitalización cultural de los pueblos, y a la vez, su cultura es un elemento clave para lograr acciones efectivas de desarrollo. En este sentido, antes de desarrollar opciones de turismo, se debe fortalecer y revitalizar la cultura, desde edades tempranas, de manera que sea este empoderamiento y arraigo cultural el que permita promover el turismo cultural como opción al desarrollo socioeconómico.

Algunas de las acciones propuestas, como los programas de capacitación adultos y niños, la investigación y de asistencia a emprendedores, no están circunscritas a un área geográfica. El Programa tendrá una dimensión local, desde la óptica universitaria, a través de actividades de divulgación y promoción, e incidencia política.

El proyecto es fuertemente participativo, basándose en el principio de la equidad como condición para la sostenibilidad de las acciones. Por lo tanto, se implementa con la participación de estudiantes de la UMET e instituciones autonómicas representativas de las culturas local. Se enfoca en las prioridades y capacidades de la comunidad misma, tomando en cuenta los derechos humanos colectivos de los pueblos indígenas. Asimismo, toma en cuenta inequidades y disparidades de diferentes grupos, promocionando el aumento de capacidades de las mujeres y de los jóvenes

Una vez que los habitantes completen el componente de capacitación y motivación, se prevé la formación de clubes de Turistas para que sus integrantes realicen actividades extracurriculares relacionadas con el turismo y contribuir a la formación de una redes de comunicadores que posean conocimientos, valores, habilidades y comportamientos que promuevan la conservación de la diversidad biológica y transmitan hacia los demás, la importancia de turismo como actividad responsable.

De esta manera, adultos y niños serán los nuevos promotores del turismo sustentable y futuros líderes, de la gestión del turismo ecuatoriano que busca un funcionamiento coordinado entre los actores público, privado y comunitario.

De manera transversal, el programa fomentará el conocimiento, revitalización, promoción y preservación de las distintas manifestaciones de la cultura y el arte propios. Se realizara la inclusión dentro de la malla curricular de las carreras involucradas, con contenidos afines a la propuesta de estrategia de gestión

turística como alternativa al desarrollo socio económico local del cantón. La adecuación cultural de los enfoques de ejecución, a fin de implementar y una metodología para valorar los recursos turísticos locales. El desarrollo y fortalecimiento de las instituciones y capacidades regionales y comunitarias (autoridades regionales, gobiernos municipales, Gobiernos territoriales, comunidades, sector privado), el fortalecimiento de redes e instituciones ya existentes (asociaciones, organizaciones de base, etc.) y la implementación de actividades a través de instituciones regionales y comunitarias (universidades, asociaciones culturales, ONGs locales, etc.).

Así mismo se potenciara el enfoque de equidad de género y edad en todas las acciones y mediciones de los resultados, la participación y empoderamiento de la mujer, dentro de su contexto cultural, la adopción del enfoque de derechos humanos individuales y colectivos en el desarrollo de las actividades y la pertinencia cultural de las actividades que se desarrollen, particularmente las productivas.

Del mismo modo, el programa conjunto de cultura y desarrollo contribuirá a los procesos generados por las demás ventanas a través de una revitalización cultural que contribuya al desarrollo productivo creativo del pueblo y a su participación en los procesos de planificación a nivel regional.

Desde el ámbito universitario se realizan adecuaciones a la malla curricular de las carreras de Turismo, Comunicación Social e Ingeniería en Gestión Empresarial buscando la integración del componente investigativo y práctico de los estudiantes en la resolución de problemas sociales

Dentro del grupo de beneficios no cuantificables, se ubican los de carácter social que mejoran la calidad de vida, ya que no se dispone de la base estadística suficiente que permita estimar los beneficios económicos que de ellos se derivan pero se lograra la reinserción social y laboral de los usuarios y mejorara su calidad de vida y se consolide su situación familiar. Conocimiento de las instalaciones entre capital natural, el patrimonio socio-cultural, la actividad económica y las percepciones de los actores locales sobre el aprovechamiento de su potencial para la explotación turística sostenible.

Se validara la metodología para el planeamiento estratégico participativo del desarrollo turístico a partir del conocimiento de sus atractivos y ofertas de productos (tecnologías sociales de fomento turístico, concertación)

Quedará confeccionado el Plan de acciones estratégicas para el rescate de valores patrimoniales, capital natural y actividad económica, que contemple el desarrollo turístico del cantón, de manera que se fortalecerá y revitalizará la cultura del Cantón, en la medida que se reconoce el valor intrínseco que tienen las culturas para los pueblos y su importancia para la identidad de toda la

población de El Oro y especialmente para el Cantón Zaruma. Se propone que la cultura se vea fortalecida a través de actividades de comunicación, y capacitación que genere una producción cultural, y emprendimiento. Quedará confeccionado el Plan de acciones estratégicas para el rescate de valores patrimoniales, capital natural y actividad económica, que contemple el desarrollo turístico del cantón

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Albuquerque Francisco. Reflexiones sobre iniciativas de desarrollo local en Brasil, Argentina y Chile. Tomado De: [http://www. Redel](http://www.Redel), 2003. Ramos Aldo. Rehabilitación y reutilización del Patrimonio Industrial. Cacique para el turismo cultural En: CD ROM.

Albuquerque Francisco. Reflexiones sobre iniciativas de desarrollo local en Brasil, Argentina y Chile. Tomado De: [http://www. Redel](http://www.Redel), 2003.

Annessi, G. (2001): El patrimonio histórico-cultural de Tandil, Argentina, como recurso turístico. Instituto Superior de Formación Docente N° 170. Maipú – Buenos Aires, Argentina. 18 p.

Annessi, G. (2001): El patrimonio histórico-cultural de Tandil, Argentina, como recurso turístico. Instituto Superior de Formación Docente N° 170. Maipú – Buenos Aires, Argentina. 18 p.

Barreiro Euresti, Fidel. Manual del Participante. Consulta Urbana. Proyecto Agenda 21 – GEO/Fidel Barreiro Euresti; Equipo Multidisciplinario de la DPPF y organismos. Cienfuegos: DPPF, 2006.- 87p.

Becerra, F y Rodríguez, Luisa (2002): Valoración de los Recursos Turísticos con un enfoque territorial. El caso de Cienfuegos. <http://www.monografias.com>

Buckles, D., Lisa Burley, S. Carter, G. Cliche, B. Davy, Gisèle Morin-Labatut, L.Mougeot,Helen Raij, C. Seré y R. Vernooy (2000): Gestión de recursos naturales. América Latina y el Caribe. Prospectiva 2000-2004. Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo. Oficina Regional para América Latina y el Caribe. Montevideo, Uruguay. En [http://www.idrc.ca/minga/index\\_s.html](http://www.idrc.ca/minga/index_s.html). /Consultado: 28-06-2012

Cardenas, Fabio T. (1991): “Producto Turístico”. México: Trillas

Herrero Prieto, Luis César (coord.) Turismo cultural: el patrimonio histórico como fuente de riqueza Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, 2000. ISBN 84-931163-1-9

Middleton 1998 La clarificación del concepto de desarrollo turístico  
[www.cervantesvirtual.com/portal/IIGG/planificacion.pdf/](http://www.cervantesvirtual.com/portal/IIGG/planificacion.pdf/) Consulta: 2 de  
noviembre de 2012

Ramos Aldo. Rehabilitación y reutilización del Patrimonio Industrial. Cacique  
para el turismo cultural En: CD ROM.

Rivera Mestre, A. y Luisa Rodríguez 2010. Diseño Estratégico Metodológico de  
productos turísticos:" Cienfuegos, Patrimonio Cultural de la Humanidad", como  
alternativa del desarrollo local de Cienfuegos. Universidad de Cienfuegos "   
Carlos Rafael Rodríguez", p.120.