

ARTÍCULO

POTENCIALIDADES TURÍSTICAS DE LA CIUDAD ZARUMA, DENTRO DEL PROCESO DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA DE LA UNIVERSIDAD METROPOLITANA DEL ECUADOR (UMET).

Dra. Luisa de los Ángeles Rodríguez Domínguez

Dr. Rigoberto Miguel García Batista

Dr. Eduardo López Bastida

RESUMEN

Se hace una valoración crítica sobre la situación del turismo a través de una caracterización del producto turístico de la ciudad de Zaruma, en la provincia de El Oro, en la República del Ecuador, sus potencialidades y debilidades. Se determina cómo los procesos de extensión universitaria, desde la Universidad Metropolitana del Ecuador (UMET) pueden apoyar esta actividad desde la ejecución de acciones encaminadas a su desarrollo, proponiendo y buscando alternativas de solución al problema turístico-patrimonial, por la variedad de atractivos turístico que posee la ciudad y la zona, que constituyen fuente de riquezas potenciales para la misma. Se demuestra cómo los distintos usos del patrimonio existente constituyen un bien comercializable que entran en la órbita del cálculo económico local.

Palabras clave:

Desarrollo turístico, desarrollo local, turismo de ciudad, turismo alternativo, turismo, extensión universitaria

ABSTRACT

It makes a critical assessment on the situation of tourism through a tourism product characterization Zaruma the city in the province of El Oro, in the Republic of Ecuador, their strengths and weaknesses. Processes is determined as university extension, from the Metropolitan University of Ecuador (UMET) can support this activity from the implementation of actions aimed at its development, proposing and seeking alternative solutions to the problem-patrimonial tourism, for the variety of tourist attractions who owns the city and the area, which are a source of potential wealth for it. It shows how the different uses of existing assets are a tradable good coming into the orbit of local economic calculation.

Key words:

Tourism development, local development, city tourism, alternative tourism, tourism, university extension

INTRODUCCIÓN

En Ecuador existe una amplia gama de ciudades intermedias, que vinculan sus atractivos culturales con los naturales modos de vida a pequeña escala con expresiones artísticas y culturales en las que predominan las culturas indígenas. El país muestra un desempeño variable en las llegadas de turistas internacionales. Sin embargo, tiene una mejora positiva en los niveles de ingresos por turismo internacional, año a año. Debe entenderse que se apunta a un turista de alto consumo, abriéndose un nicho para el Ecuador bajo un modelo de turismo sostenible. (Plandetur, 2020)

De acuerdo al análisis-diagnóstico realizado por las autoridades ecuatorianas y la encuesta de turismo interno realizada (junio 2002-julio 2003) se demuestra que el volumen del turismo interno en Ecuador alcanza casi los diez millones de visitantes de los cuales 3.504.131 (36%) son excursionistas y 6.354.341 (64%) son turistas con al menos una pernoctación fuera de su residencia habitual (Plandetur, 2020)

Se destacan, entre las visitas a atractivos turísticos nacionales, los sitios naturales, las playas, los balnearios termales, los sitios de diversión, de comida, las fiestas religiosas, entre otras, pero relegan a un plano bajo las visitas a los museos, las zonas históricas y sitios arqueológicos, representando un 2,9% del total (ibidem), según fuentes estadísticas del Ministerio del Turismo en el país, lo que demuestra su preferencia a la diversión y no al conocimiento y divulgación de la cultura tradicional local.

El Plan de turismo (PLANDETUR) 2020 plantea el reto de orientar la política sectorial con un horizonte al 2020 sobre la base de un acuerdo internacional en el cual la gran mayoría de los Estados del planeta han reconocido la necesidad de aunar esfuerzos para un desarrollo sostenible. Ahora tiene la oportunidad de sentar las bases para un turismo sostenible en el Ecuador.

Ecuador tiene el potencial de posicionarse en su calidad del país más megabiódico del planeta, ya que cuenta con la mayor biodiversidad por unidad de superficie a escala mundial. Tiene una posición privilegiada para desarrollar el turismo sostenible expresado en la variedad de atractivos naturales y culturales, ubicados en sus cuatro mundos o regiones turísticas: Galápagos, Costa, los Andes y la Amazonía.

Diversidad que resulta más atractiva por ser un país de dimensiones comparativamente reducidas que permiten desplazamientos internos relativamente cortos en sus aproximadamente 256.000 Km² y una población que se acerca a los trece millones de habitantes, con un 61% ubicada en el área urbana.

Se cuenta con deferentes líneas y variedades de productos específicos de Ecuador que son reconocidas por agencias internacionales, entre los que se destaca el turismo de patrimonios naturales y culturales, los mercados y artesanías, la gastronomía, el shamanismo, las fiestas populares, el turismo religioso y arqueológico, científico, académico, y las haciendas históricas y sin embargo, no se incluyen el turismo de ciudad.

El patrimonio cultural se halla en una notable experimentación turística, que unido al patrimonio tradicional (catedrales, museos, paisaje urbano, edificios civiles y eclesiásticos, calles...) se está articulando actualmente una agresiva dinámica de aportación de ese nuevo patrimonio cultural de escala simbólica y emblemática en museos, espacios escénicos y deportivos, nueva arquitectura en hoteles, edificios de oficinas y palacios feriales y de congresos, que se aspira promocionar con fuerzas.

Realizan ofertas de sus líneas de producto heterogénea, con un pequeño grupo de productos Estrella (Islas Galápagos), y otros productos A entre los que se encuentran Quito, Patrimonio de la Humanidad, Cuenca, Ciudad Patrimonio de la Humanidad, Naturaleza y Cultura, Otavalo y su mercado indígena, capital intercultural del Ecuador, el Parque Nacional Cotopaxi, el Bosque Nublado de Mindo Nambillo, entre otros y además el Ministerio define productos de un valor potencial bajo, que únicamente tienen sentido como oferta complementaria o para turismo interno, pero que no se encuentran en lista y por lo tanto no son reconocidos a ese nivel como posibles destinos turísticos como lo es el caso de la ciudad de Zaruma, en la provincia de El Oro.

El PLANDETUR 2020 busca potenciar en los próximos años un desarrollo sostenible integral con visión sectorial para un desarrollo humano en armonía con la naturaleza y con una base institucional sólida, de manera que se logre la gestión del turismo en Ecuador con un funcionamiento coordinado entre los actores público, privado y comunitario, valorizando y conservando el patrimonio turístico nacional, cultural y natural, sustentado en un desarrollo equilibrado del territorio, para protegerlos frente a actividades extractivas y de alto impacto ambiental, y lograr optimizar las oportunidades que el ejercicio de las actividades turísticas puede generar como aporte significativo al desarrollo productivo, social y ambiental; por lo que se busca la mejora de la calidad de vida de los residentes en los destinos turísticos mediante la dinamización de las cadenas de valor integradas, de manera que se multiplique por dos veces el turismo interno, considerando que éste es un mercado cerrado que ya realiza turismo de acuerdo a sus posibilidades.

La función del Plan es aumentar la diversidad de opciones de turismo, y de opciones de productos y servicios turísticos donde dedicar su gasto. Se considera que el turismo interno es un gran distribuidor de gasto turístico en múltiples consumos de productos locales, donde los niveles de atractivo turístico son menores para el turismo internacional. Por este motivo, el turismo interno resulta una gran herramienta para la consecución de reducción de la pobreza.

Se necesita de un sistema integral de Inventario turístico que combine atractivos y facilidades, pues el inventario existente es incompleto, ya que se adolece de planes de ordenamiento turísticos de los destinos regionales que deben incluir la oferta del patrimonio cultural y del turismo comunitario, resaltando sus particularidades y garantizando la conectividad para que se logre una efectiva integración con las rutas y circuitos nacionales. Se deberán coordinar las acciones con los municipios y juntas parroquiales

Se identificó la estructura del espacio turístico ecuatoriano, el cual está determinado por la existencia de atractivos, así como por la presencia de los soportes infraestructurales y de facilidades que propician el desarrollo turístico, esta estructura conduce a proponer nuevas unidades de Destinos Turísticos Regionales, entre los que se encuentra la Provincia de El Oro. Para ello se determinan diferentes objetivos que buscan generar un proceso orientador que coordine los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus territorios y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada, crear las condiciones para que el turismo sostenible sea un eje dinamizador de la economía interna que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística actual, aprovechando sus ventajas comparativas y elementos de unicidad del país, e insertar al turismo sostenible en la política de sostenibilidad ambiental actual.

DESARROLLO

El turismo, visto desde el ámbito cultural, constituye un intercambio entre varios actores que tiene consecuencias económicas para los territorios, sobre todo en la medida en que alcance la más alta calidad basado en beneficios equitativos para todos los que en él intervienen, por lo que necesita de políticas que preserven, normen y promuevan el patrimonio, y que fomenten la creatividad de la gente, que representa el patrimonio vivo máspreciado, con su arte, tradiciones, culturas populares, festividades, ritos, costumbres, riqueza gastronómica, disfrute de la naturaleza, convirtiéndose el turismo en un facilitador de las actividades

económicas locales, razón que lleva a definir políticas y alianza estratégica que respondan a los planes de desarrollo del país y la región en particular.

De esta manera la gestión del patrimonio y el turismo cultural trae mutuos beneficios, ya que esta relación tiene objetivos económicos comunes, donde la conservación de los recursos patrimoniales y su proceso de transformación en producto turístico son un incentivo para la revitalización de la identidad cultural de los pueblos. El mercado turístico necesita los recursos patrimoniales para el desarrollo de nuevos productos. Dichos productos aumentan el valor de la experiencia turística de forma que le interesen a ambos sectores.

El sector turístico supone una fuente de riqueza y de beneficios positivos sobre el entorno económico-social, al favorecer la elevación del nivel de vida de la zona así como facilitar los intercambios y contactos culturales. Pero se busca la optimización para la sostenibilidad en esa gestión el patrimonio turístico alcanzando determinadas pautas de actuación, como la accesibilidad en el flujo de visitantes, fomentando la investigación para tener datos e indicadores fiables sobre el flujo de visitantes y la capacidad de carga de los recursos turísticos, mejorar y especializar la formación de los recursos humanos para adaptarse a las necesidades de las distintas demandas de turismo cultural y favorecer la formación de gestores de museos, monumentos, etc. También es necesario dar formación a la población local residente sobre su patrimonio, de forma que sean más respetuosos con el mismo y con el medio ambiente.

Saber interpretar la autenticidad de los recursos patrimoniales y la identidad local, lo que exige una continua actualización de la información. Reconocer la dialéctica de los grupos turísticos, ya que cada uno tiene necesidades y motivaciones diferentes en la contemplación de los recursos patrimoniales, mejorar la infraestructura que permita elevar la calidad de vida de los residentes y facilitar el desarrollo de la actividad turística.

El establecimiento de tasas de retorno en la comercialización del patrimonio es necesario para ofrecer incentivos para la realización de inversiones, orientadas hacia la mejora del medio ambiente y su preservación, siempre coordinado con las administraciones públicas y el sector privado.

Dichas pautas de actuación deben aplicarse mediante la sustitución del enfoque exclusivo de "conservación y vigilancia" por el de "revaloración turística", al tiempo que deben estar encaminadas a la búsqueda de la calidad. No obstante, en el caso de la ciudad de Zaruma, ubicada en el Cantón del mismo nombre en la provincia de El Oro en Ecuador, no se encuentran activadas.

Se hace necesario buscar alternativas de solución al problema turístico-patrimonial, por la variedad de atractivos turísticos que tiene la ciudad y el Cantón, que constituyen fuente de riqueza potenciales para la misma y, por lo tanto, los distintos usos constituyen un bien comercializable y entran en la órbita del cálculo económico.

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.

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 las diferencias de otros productos de diversos mercados. Para lograrlo se hace imprescindible de la acción de un grupo de personas capaces, que desde sus propios conocimientos y gestión para integrar todos y cada uno de los elementos que se necesitan, para que hagan que la oferta sea efectiva y eficaz desde el punto de vista cultural y económico.

Si aceptamos que el producto es todo aquello que contribuye a la satisfacción de los clientes o consumidores; por lo tanto, lo que se vende son satisfacciones que esperan obtenerse mediante el consumo de ese producto, cuya utilidad depende de su capacidad para satisfacer una necesidad (Rivero, 2009), lo que condiciona crear un mercado en la ciudad y proveer de satisfacciones a los turistas a partir del producto (Baker y Crompton, 2000).

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 (Middleton, 1995).

La alcaldía de la Ciudad de Zaruma debe realizar el estudio de su imagen con sus características o atributos, debe evaluar, medir el grado de conocimiento en sí misma, y el respecto a los demás (atributos definidos). Efectuar comprobaciones de cómo es percibido ese producto turístico, y que se intente, en ocasiones,

cambiar la política de imagen del mismo para favorecer sus ventanas (Murphy et al, 2000; Pearce, 2000).

Es importante conocer cómo se representa un producto en la mente de los consumidores, por lo que es imprescindible diseñar una estrategia de posicionamiento del producto que incluye no sólo el "producto turístico" en sí mismo, sino también "las políticas y prácticas" a través de las cuales se presta (la estrategia operativa); el "sistema turístico" en que se presta, el destino que lo presta y el "perceptor" (o cliente), que juega un papel importante en la prestación de los servicios turísticos.

Tomando en cuenta esas consideraciones, la estrategia de posicionamiento que se aplique debe ser un elemento clave en la gestión de marcas turísticas (Pearce, 2000); ya que sin estrategia de posicionamiento no existe posibilidad de una correcta definición de la política de gestión e imagen de marca en el turismo. El posicionamiento del "producto turístico" ayuda a los destinos turísticos a lograr una ventaja competitiva sostenible (Kotler et al, 1997).

La calidad del producto turístico en sí, condiciona la selección del destino, por lo que de éste depende que el turista se desplace hacia dicho destino y haga una estancia prolongada en él. Por consiguiente se debe profundizar en los aspectos relacionados con el destino turístico a través de las categorías señaladas por Becerra y Rodríguez (2000) y que son típicas de la ciudad de Zaruma.

- Recursos hídromos: Aquellos elementos de atracción relacionados con el agua en su estado natural o modificado por el hombre; (ríos, lagos, embalses), termalismo y balnearios.
- Recursos fítomo: Elementos terrestres naturales o modificados por el hombre a excepción de los recursos turísticos pertenecientes al grupo de hídromos: relieve, clima, flora y fauna, paisaje, accidentes naturales especiales. (Se desarrollan paseos, caza, fotografía, escalada y contemplación).
- Recursos fítomo – lítomos: Aquellos elementos construidos por el hombre y que tengan un interés destacado, ya sea por su propia naturaleza o por el uso para el que han destinados: restos arqueológicos, arquitectura antigua, monumentos históricos, conjunto histórico monumental, arquitectura e ingeniería actual, museos, urbanismo. (Estimula los paseos, visitas, cursos).
- Recursos de tipo antrópomo: Formados por el conjunto de actividades realizadas por el hombre (idiosincrasia), independientemente de su soporte y que constituyen motivos de atracción por parte de la demanda. Estructura socioeconómica,

características sociológicas, artesanía, folklore, gastronomía, actividades culturales, espectáculos y fiestas pintorescas. (Promueve contactos interpersonales, el turismo cultural, las diversiones, los congresos, entre otros).

Cuando estos recursos se estructuran para el uso y disfrute turístico se convierten en productos, o sea aquel recurso en el que se puede realizar una o varias actividades (visitar, asistir, participar, estudiar, comprar, comer...), porque está formulada una propuesta de accesibilidad al mismo (temporal, espacial y económica) por parte de un público. (Chias, 2005)

El legado cultural representa la historia y, a menudo, la identidad de la gente que habita un territorio. Éste existe y tiene un valor por sí mismo. Al concepto de turismo cultural le podemos atribuir el más amplio significado, incluyendo obviamente elementos inmateriales.

El patrimonio cultural es reconocido como un recurso que puede iniciar una cadena de acciones capaces de generar empleo y riqueza, una vez combinadas con los mecanismos adecuados de producción de servicios. (Ídem)

El proceso que nos lleva desde el recurso al producto turístico y de éste al sistema turístico, puede desglosarse básicamente como sigue:

- *Identificación del recurso/attractivo turístico
- *Conservación y mantenimiento (política cultural)
- *Creación de las condiciones que permitan la accesibilidad, el uso y la explotación (desde el transporte a la seguridad)
- *Creación del producto turístico
- *Promoción y comercialización del producto turístico

Esta secuencia se debe lograr para alcanzar objetivos verdaderamente fiables y verificables por parte de los hacedores de la política cultural nacional. El establecimiento por el Ministerio de Turismo de Ecuador en el año 2012 de las 7 regiones priorizadas para el desarrollo de la actividad turística, determina que se integre como subregión, a la Región Costa Sur y que se elabore en el territorio un plan para el desarrollo turístico sobre la base de sus potencialidades y su ubicación geográfica.

En la provincia de El Oro, se discutieron, durante las reuniones, los temas de la descentralización del fomento productivo, de la vinculación de la política de descentralización con el desarrollo económico provincial, según un enfoque de desarrollo competitivo, sostenible y equitativo, de la metodología de análisis del potencial económico a nivel provincial, del rol del patrimonio

cultural en el desarrollo local, y de la articulación y optimización de los servicios, con la posibilidad de diseñar un sistema integrado y coherente de servicios en los territorios.

Esta situación se corresponde con lo planteado dentro del Plan Estratégico del desarrollo de la provincia para el 2020, donde aparecen los objetivos estratégico definidos y específicamente relacionado el tema donde se señala "Proyectar a la provincia de El Oro como uno de los principales centros turísticos del país" (SENPLADES, 2013), y más adelante continua "favorecer la preservación y conocimiento del patrimonio cultural y natural de la provincia. Lograr una mayor presencia en el desarrollo regional".

Se hace énfasis en el desarrollo turístico y se señala la necesidad de actualización de Inventario de atractivos turísticos de la provincia de El Oro, de forma que se puedan proponer proyectos de promoción de la actividad turística, buscar el fortalecimiento de la Unidad de Turismo del Gobierno Provincial, de manera que se logre la Organización del inventario de recursos patrimoniales históricos y culturales de la zona número 7 del Ecuador por sus innumerables atractivos, apenas explotado por el turismo internacional y poco por el nacional, específicamente de la ciudad objeto de estudio como aparecen a continuación

ATRATIVOS TURÍSTICOS

SITIOS NATURALES	MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES HISTÓRICAS	MANIFESTACIONES RELIGIOSAS Y CREENCIAS POPULARES
Cerro El Calvario	Trazado Urbano	Elección de la reina de Zaruma
Cascada de Chaca Capac	Centro Histórico	Festival Nacional del Café
Cascada Chorro Blanco	Plaza de Independencia o Parque Central	Novena por los barrios de la ciudad
Cascada Sagrada de Huayquichuma	Santuario de la Virgen del Carmen	Misa campal
Cerro de Arcos	Museo Municipal	Procesiones
Laguna de Chinchilla	Mina turística El Sexmo	Fiestas Patronales

SITIOS NATURALES	MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES HISTÓRICAS	MANIFESTACIONES RELIGIOSAS Y CREENCIAS POPULARES
Cerro Paltacalo	Santuario del Señor de Roma	Feria Agropecuaria
Complejo Arqueológico de san Antonio	Santuario de la Virgen de los Remedios	Pregón de Fiestas
	Iglesia de la Parroquia Malvas	Serenatas
	Petroglifo de Salvias	Comparsas
	Folklore	Conciertos

Fuente: *Elaboración Propia*

Al contar con todos estos atractivos turísticos se presentan aún dificultades, generalmente de índole objetiva y subjetiva, que el visitante puede palpar y observa:

- 1.- Desarraigo cultural de la ciudad motivada porque la mayoría de las personas que habitan en la ciudad no son oriundas del lugar, han migrado por el trabajo que les ofrece la minería del lugar.
- 2.- Pérdida de tradiciones culturales arraigadas, no existe sensibilidad por la preservación del patrimonio.
- 3.- Falta de atención por parte de las autoridades locales en cuanto al mantenimiento y conservación de la infraestructura habitacional. Alrededor de un 70% de las viviendas son construcciones de madera que algunas datan de más de 100 años y la humedad ambiental imperante lleva a la presencia de hongos y termitas que facilitan la destrucción de las mismas.
- 4.- Todavía no se reconoce la ciudad como patrimonio de la UNESCO.
- 5.- Se han presentado proyectos de conservación patrimonial pero éstos no se han ejecutado, sin embargo el deterioro aumenta cada día y se incrementan los costos para su preservación.
- 6.- Las escuelas y colegios no presentan dentro de sus acciones extensionistas la profundización del conocimiento histórico local

No obstante, la bella ciudad de Zaruma, ubicada a 3°41' Latitud Sur y 79°36' Longitud Occidental se ha mantenido como un destino local dentro del producto de Ecuador utilizado mayoritariamente por parte de la población nacional. El mayor volumen de turistas físicos que recibe viene dado por la gestión de las personas que son amantes de la historia y de la belleza patrimonial, lo que explica que no existe un máximo aprovechamiento de los atractivos y las capacidades existentes, demostrando que la comercialización interna resulta insuficiente.

La próxima década es fundamental para buscar reposicionar el destino turístico, crecer en nuevos mercados y desarrollar nuevos productos, la incertidumbre financiera global, el aumento de la competencia y los cambios en nuestros mercados tradicionales; significa que hay que trabajar juntos para lograr objetivos comunes.

El proceso que se debe seguir actualmente es preparar el nuevo Plan Estratégico de Turismo. Chias (2005) considera que "cuando una ciudad se plantea como prioridad impulsar el turismo, se hace necesario formular un Plan Estratégico de largo plazo que sea la referencia para todas sus actuaciones en un ámbito temporal extenso (normalmente se plantea a 10 años) y que establezca las bases y estrategias para toda su actuación futura" a través de la recopilación de información e interpretación de la política estratégica, el análisis de las tendencias económicas y sociales, y del sector turístico actual, buscar la colaboración con la industria, formación de grupos prioritarios de la zona de trabajo para formular las directrices claras que lleven a la creación de estrategias y planes existentes, donde cada Universidad del territorio pondrá su plan de acuerdo a su ubicación geográfica.

El Plan de Desarrollo Turístico tiene como objetivo transformar los recursos en productos turísticos. Para ello hará falta actuar sobre el conjunto de atractivos del territorio (su patrimonio natural y cultural), sobre sus infraestructuras y servicios públicos relacionados con el uso y disfrute de los mismos (accesibilidad, comunicaciones, saneamiento, etc.), sobre las personas que viven en el mismo y sobre la organización del turismo (especialmente en sus mecanismos de planificación y gestión y en su legislación). Estos cuatro elementos configurarán, a juicio de Chias (2005) contenido de las propuestas a realizar.

Pero, por qué fue escogida esta ciudad para aplicar un proceso de vinculación entre la universidad y el territorio?

La ciudad de Zaruma limita al norte con la provincia de Azuay, por el Sur con los Cantones Portovelo y Piñas, por el Este se encuentra la Provincia de Loja, y por el Oeste tiene los Cantones de Piñas, Atahualpa, Chilla y Pasaje. Su población es de 28.603,

según datos de proyección poblacional al 2010. El clima es considerado Meso térmico, su temperatura, oscila entre los 10°C a 23°C. (Promedio), para una superficie de 643.50 km².

Sus viviendas fueron construidas a fines del siglo XIX y principios del siglo XX, con tallados de finos acabados en maderas de la zona, convirtiéndose en una mezcla de varios estilos, donde se destacan columnas, cornisas, frontones, tímpanos, balaustres, frisos, persianas, aleros, portales, arcos, balcones, etc. Casas que guardan guayacanes, cedros, caimitos, bella maría, y otras maderas nobles. Sus calles angostas, sinuosas y empinadas, escalinatas, corredores y zaguanes; su entorno paisajístico y otras características más, hacen a la ciudad de Zaruma un encanto único y diferente.

Fundada en 1549 por asentamientos españoles el 29 de Noviembre de 1882, Zaruma proclama la creación de la Provincia de El Oro y se mantiene hasta 1884 como la primera Capital de la Provincia de El Oro. En el año 1977 la Dirección Nacional de Turismo la declara como Ciudad de Interés Turístico Nacional. Ya en el año 1990 el Ministerio de Educación y Cultura declara a Zaruma Patrimonio Cultural del Estado Ecuatoriano y en 1998 se convierte la ciudad en candidata a ostentar el Título de Patrimonio de la Humanidad, que todavía no se le ha concedido.

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 del estado ecuatoriano, 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, donde el hombre, su legado histórico y su entorno se configuran como los tres elementos base de la gestión turística. (Rivera, 2010)

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 la búsqueda de dicha participación activa y consciente de los docentes y alumnas/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 socioeconómico del Ecuador.

¿Cómo insertar desde la universidad a los estudiantes como dinamizadores del producto turístico?

Los estudiantes de la Universidad Metropolitana del Ecuador, (UMET), 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 ¿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 ello se han trazado diferentes objetivos a cumplimentar como son:

- 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 turística 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. 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. Al profundizar en su conocimiento, los estudiantes universitarios de las carreras señaladas 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 a fin de atraer a los turistas de mercado, potenciales específicos y crear una imagen positiva del destino.

El Programa que se viene ejecutando de conjunto entre cultura y desarrollo fortalecerá y revitalizará la cultura del Cantón, ya que 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. (Rodríguez y García, 2012)

Lo que hace valer la ejecución de este proyecto universitario es la forma en que se deben explotar las bellezas locales 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.

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. (Ibídem)

Los programas de capacitación de adultos y niños, la investigación y de asistencia a emprendedores, no están circunscritas al área geográfica objeto de estudio. Su dimensión local, desde la óptica universitaria, será desarrollada a través de actividades de divulgación y promoción, con gran 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 contribuyan a la formación de una red de comunicadores que posean conocimientos, valores, habilidades y comportamientos que promuevan la conservación de la diversidad biológica y transmitan hacia los demás, la importancia del turismo como actividad responsable. (Ibídem)

De manera transversal, se fomentará el conocimiento, revitalización, promoción y preservación de las distintas manifestaciones de la cultura y el arte propios y serán los pobladores, adultos y niños, los nuevos promotores del turismo sustentable y futuros líderes de la gestión del turismo local y ecuatoriano, el cual busca un funcionamiento coordinado entre los diferentes actores, tanto público, privado, como comunitario.

Se realiza la inclusión dentro de la malla curricular de las carreras involucradas, contenidos afines a la propuesta de estrategia de gestión turística como alternativa al desarrollo socioeconómico local del Cantón, la adecuación cultural de los enfoques de ejecución, y se busca implementar una metodología para valorar los recursos turísticos locales, buscando el desarrollo y fortalecimiento de las instituciones y capacidades regionales y comunitarias (autoridades regionales, gobiernos municipales, gobiernos territoriales, comunidades, sector privado). Así mismo se potenciará 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, buscando una revitalización cultural que contribuya al desarrollo económico creativo del pueblo y a su participación en los procesos de planificación a nivel regional.

CONCLUSIONES

De esta manera, una vez que concluya el proyecto 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 que reconoce el valor intrínseco que tienen y su importancia para la identidad de toda la población de El Oro y especialmente para el Cantón Zaruma para el rescate de valores patrimoniales, capital natural y actividad económica.

Como el turismo es el sector con el crecimiento más rápido de todos cuantos integran la economía mundial, no podemos dejar de tener en cuenta que se hace necesario observar en todo momento las tesis de desarrollo sostenible, en su más amplia acepción de desarrollo sostenible físico, social, cultural, medioambiental y económico y en Zaruma se puede lograr, si se trabaja de conjunto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albuquerque, Francisco. (2003). Reflexiones sobre iniciativas de desarrollo local en Brasil, Argentina y Chile. Tomado De: <http://www.Redel>.
- Becerra, F. y Luisa de los A. Rodríguez. (2002). Valoración de los recursos turísticos con un enfoque territorial www.eumed.net/eve/4turydes-pon.htm,
- 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. (2012) En http://www.idrc.ca/minga/index_s.html./Consultado: 28-06.
- Chías, Josep. (2005) El turismo de ciudad. Desarrollo y marketing turístico de ciudades http://burgosciudad21.org/adftp/El_Turismo_de_Ciudad.pdf
- La explosión de turismo de ciudad. <http://www.univerano.ua.es/es/cursosprevios/cursos2004/Turismo/ManuelmarchenaConf.pdf>
- Middleton, (1998). La clarificación del concepto de desarrollo turístico www.cervantesvirtual.com/portal/IIGG/planificacion.pdf
Consulta: 2 de noviembre de 2012
- Oficina de Gestión Turística Municipal. Recopilación de información turística. Datos Generales del Cantón Zaruma
- 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.
- Rodríguez D. y Rigoberto M. García. (2012). El aprovechamiento del recurso turístico desde la acción universitaria. Publicado en memorias del 9º Congreso Internacional sobre Desarrollo Local en un Mundo Global. ISBN-13: 978-84-15774-10-5. <http://www.eumed.net/rev/turydes/14/producto-turistico-zaruma.html>
- SENPLADES. (2012). Plan estratégico de desarrollo de la provincia de El Oro, pdf.