

Contribución al aprovechamiento de las potencialidades de los destinos turísticos en la Provincia de El Oro (Ecuador)

Contribution to the use of the potentialities of tourist destinations in the Province of El Old. A methodological adequacy

Jessica Ivonne LALANGUI RAMÍREZ [1](#); Greicy de la Caridad RODRÍGUEZ CRESPO [2](#); Jean Michel PALOMEQUE JARAMILLO [3](#)

Recibido: 14/02/2018 • Aprobado: 12/03/2018

Contenido

- [1. Introducción](#)
- [2. Metodología](#)
- [3. Resultados](#)
- [4. Conclusiones](#)

[Referencias bibliográficas](#)

RESUMEN:

El turismo es un incentivo para el desarrollo local que permite la dinámica de actividades económicas tradicionales y valora las culturales locales, ofreciendo empleo, frenando el éxodo rural y contribuyendo al desarrollo. La única manera de confirmar que un territorio tiene realmente un potencial desarrollo turístico que justifica ciertas inversiones, es a través de una evaluación rigurosa que toma en cuenta la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado, con la participación de partes interesadas e instituciones.

Palabras clave: Potencial turístico, desarrollo local, estrategias

ABSTRACT:

Tourism is an incentive for local development that allows the dynamics of traditional economic activities and values the local cultural, offering employment, slowing the rural exodus and contributing to development. The only way to confirm that a territory really has a potential tourist development that justifies certain investments, is through a rigorous evaluation that takes into account supply, demand, competition and market trends, with the participation of interested parties and institutions.

Keywords: Tourism potential, local development, strategies.

1. Introducción

El turismo ha sido uno de los fenómenos económicos y sociales más importantes desatados desde el siglo pasado. De ser una actividad que era básicamente un privilegio de personas de alto poder adquisitivo, a principios de este siglo, se volvió accesible para grupos más

grandes de personas en la mayoría de los países.

El turismo constituye una actividad socioeconómica, psicobiológica motivada por el tiempo libre, la voluntad de viajar y poseer dinero, crea en el hombre la necesidad de moverse, desde su lugar de origen a otro destino para realizar actividades recreativas, para adquirir nuevas experiencias con la interrelación de nuevas sociedades de un mercado receptor, donde intervienen los componentes, primarios y derivados de la oferta turística (Hernández, 1987).

La actividad turística ha sido depositaria de múltiples calificaciones, como generador de empleo, divisas y multiplicador de ganancias. Más allá de estas calificaciones, la simple observación de la realidad concreta de muchos de los destinos turísticos, ha permitido a la comunidad científica orientar estudios que resuelven los problemas que se generan en el proceso de producción de esta actividad. (Fariñas, 2011).

En el contexto actual, los destinos turísticos se han convertido en un espacio en las agendas de los gobiernos nacionales y locales para el progreso de sus territorios, como una solución alternativa a la necesidad de renovar sus economías para asegurar un crecimiento sostenible, donde se puede combinar este desarrollo económico con el preservación de la identidad y mejora de la calidad de vida de los habitantes de la comunidad.

Existe el criterio ofrecido por Brent & Crouch (2003), quienes argumentan que lo que hace que un destino sea competitivo es su capacidad de aumentar el gasto turístico, atrayendo a más visitantes que tienen experiencias significativas en el destino, generando ingresos que mejoran la calidad de vida de su habitantes, preservando el capital ambiental para las generaciones futuras.

El desarrollo de un destino turístico dependerá entonces de la capacidad que tenga para atraer al turista potencial y para ello, es necesario identificar la percepción de los actores involucrados, tanto nacionales como locales, así como su papel para jugar, combinando el interés. . Este proceso también exige un alto nivel y volumen de información sobre la demanda del destino, infraestructura, recursos humanos existentes, accesibilidad, servicios, infraestructura, comunicación, entre muchos otros, lo que implica una profunda investigación en la búsqueda de información necesaria para poder proyectar la identificación y explotación de un destino turístico sobre la base de una estrategia bien concebida y ejecutada. (PLANDETUR, 2007).

La presente investigación tiene como objetivo: Proponer una adaptación a la metodología de Cabanilla (2013) para minimizar el trabajo de campo, sin perder calidad en la recolección de datos, para la determinación del potencial turístico en los territorios.

2. Esquema metodológico de la investigación

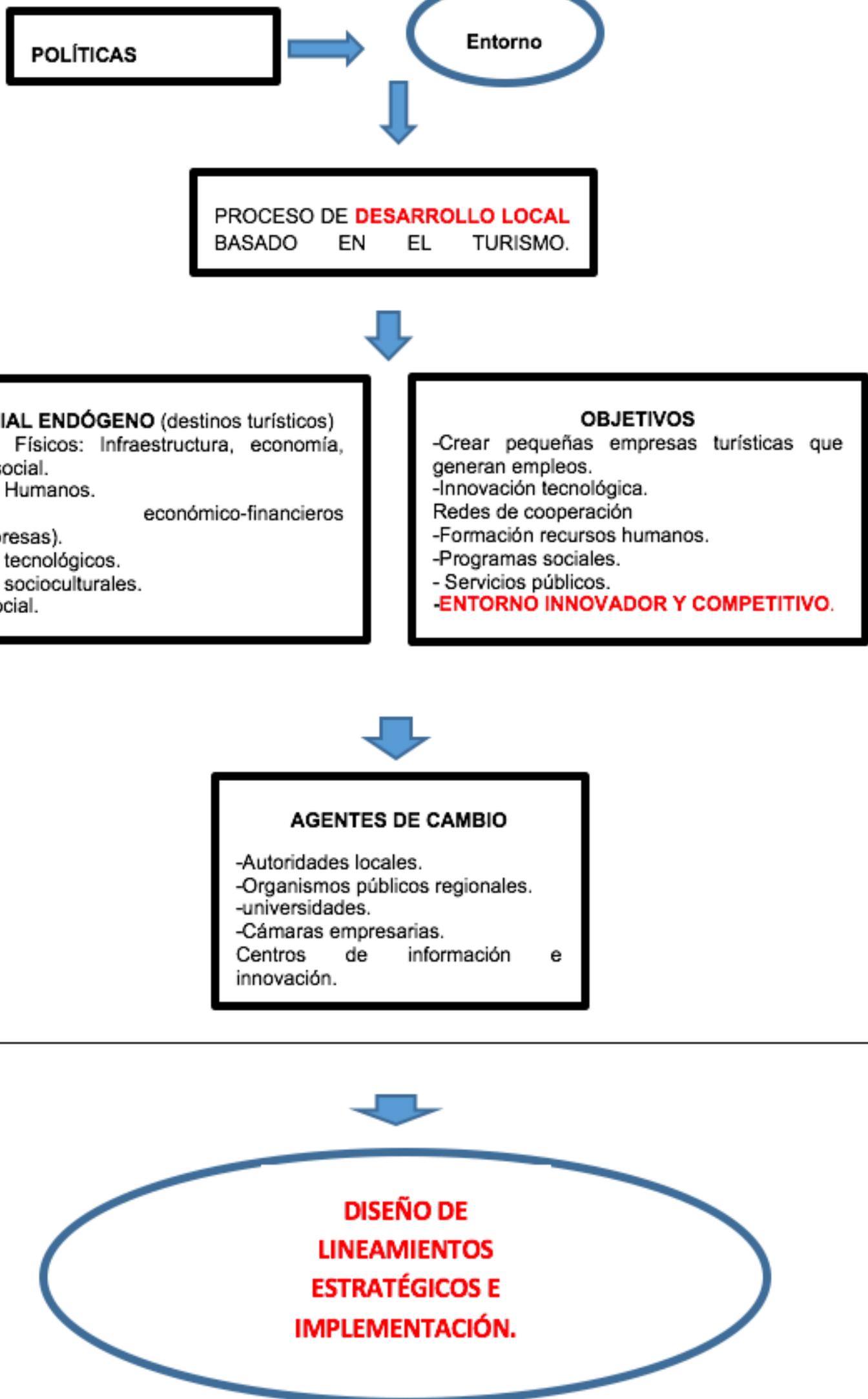
Entorno externo: es importante conocer qué políticas macroeconómicas se gestionan en el entorno, que influyen en cierta medida como factor externo, el desarrollo de la provincia y el lugar de estudio. Esta es una etapa importante de informatización.

Diagnóstico prospectivo: contempla el potencial endógeno, es decir, los destinos turísticos. Se realizará a través de la adaptación de la metodología de Cabanilla (2013), donde los talleres o reuniones comunitarias se reducen significativamente, para garantizar, en que se llevan a cabo, la asistencia y permanencia de los alumnos, así como su motivación para la actividad, sin robarles demasiado tiempo de sus labores diarias. Trabajamos 12 componentes en los que se analizan todos los recursos con potencial turístico en cada lugar elegido. Todo esto, arroja resultados que permiten cumplir el segundo objetivo específico: Diagnosticar, con un enfoque prospectivo, la situación actual de los destinos turísticos de la Provincia de El Oro en la determinación de sus potencialidades y oportunidades de desarrollo futuro. Entre estos resultados se encuentran las matrices FODA de cada territorio, cuyo análisis permite elaborar las estrategias o alternativas seleccionadas, que deben seguirse en cada localidad de acuerdo con sus características intrínsecas que contribuyen a la consecución de un entorno innovador y competitivo. En esta etapa, el conocimiento indígena, la participación comunitaria y la realización de trabajo logístico y organizado garantizarán el éxito.

Con todo esto, e involucrando a los diferentes agentes de cambio, que propician las condiciones para el emprendimiento y apoyo, para el desarrollo turístico local, se diseñan los lineamientos estratégicos generales, cuyo denominador común es la contribución al uso de las potencialidades del destinos de la provincia de El Oro, aplicables a cualquier localidad que los posea. Ver esquema metodológico a continuación (Figura 1).

Figura 1

Esquema metodológico de la investigación



Fuente: Elaboración propia.

Esta adecuación consiste en minimizar el número de reuniones con la comunidad, a fin de facilitar la asistencia de las partes interesadas (líderes comunitarios, trabajadores, entre otros), que no tienen tiempo para asistir a tantas reuniones como la metodología mencionada. Documentos como encuestas, informes, entre otros, también son apropiados. Todo esto, sin perder calidad en la realización del diagnóstico.

Etapas para la realización del diagnóstico prospectivo.

1. Primer informe

Escalas y ubicación

Ubicación y datos generales (geofísicos / demográficos) de:

- Provincia o similar
- Cantón o similar
- Comunidad (énfasis en el nombre del área o comunidad seleccionada, población estimada (número de habitantes), nombre de la ciudad más grande dentro de un radio de 15 kilómetros (transferencia de media hora), población estimada de la ciudad 15 km (número de habitantes), Nombre de la ciudad más grande en un radio de 80 kilómetros (una hora y media de traslado), población estimada en ciudad de 80 km (número de habitantes)
- Fuentes verificables y confiables.

2. Recopilación de información, sistematización y diagnóstico / evaluación continua

No olvides:

- Planificación (ante)
- Informe (durante / publicación)
- Imágenes de video

Casa

- Una actividad central
- Llevar a cabo un objetivo con la comunidad para la recopilación de información y para el diagnóstico.
- Explique que la recopilación de información se subdivide en 12 partes, llamadas componentes.
- Explicar cómo funciona el libro de registro
- Explicar cómo se realiza la validación de la información
- Explica cómo se realiza el diagnóstico final.

3. Los 12 componentes. Estos elementos aparecen en tablas con sus listas de control de componentes.

1. Natural
2. Hechos culturales
3. Gastronómico
4. Fiestas y eventos
5. Actividades recreativas
6. Rutas de acceso
7. Seguridad, salud, servicios básicos
8. Servicios turísticos
9. Consumidor
10. Promoción / comercialización
11. Políticas administrativas
12. Instituciones administrativas.

Etapas de planificación estratégica

1. DIAGNOSTICO PROSPECTIVO. Construcción de la matriz FODA. (Esto debe hacerse para cada componente de cada comunidad).

Ejemplo: componente natural: interno: fortalezas, debilidades; Oportunidades externas,

amenazas.

Componente 1: Natural - Diagnóstico FODA basado en lo que se obtuvo en los talleres, excursiones, diagnóstico y trabajo prospectivo, complete la siguiente tabla en detalle. Explica bien la idea. Demasiada síntesis pierde para otros lectores / evaluadores

Componente natural Mesa DAFO: Objetivos ofensivos estratégicos
Objetivos estratégicos defensivos
Fortalezas Oportunidades Amenazas de debilidad
Componente 1: Natural: objetivos estratégicos
En una matriz, fortalezas cruzadas con oportunidades y debilidades con amenazas. Resalte una asociación de valores entre cada uno de estos. El resultado de esto obtendrá el principal: fuerza, oportunidad, debilidad y amenaza. Reúna la fuerza y la oportunidad de obtener más valor y escriba un objetivo ofensivo estratégico, hágalo incluso con la debilidad y la amenaza y haga una defensa (de una manera que explique cómo revertir el hallazgo).

Tabla 1

Ejemplo de análisis FODA con explicación para la conformación de estrategias.

<p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p> <p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p>	<p style="text-align: center;">LISTA DE FORTALEZAS</p> <p>F1</p> <p>F2</p> <p>.</p> <p>.</p> <p>Fn</p>	<p style="text-align: center;">LISTA DE DEBILIDADES</p> <p>D1</p> <p>D2</p> <p>.</p> <p>.</p> <p>Dn</p>
<p style="text-align: center;">LISTA DE OPORTUNIDADES</p> <p>O1</p> <p>O2</p> <p>.</p> <p>.</p> <p>EN</p>	<p style="text-align: center;">FO (MAXI-MAXI)</p> <p>ESTRATEGIA PARA MAXIMIZAR LAS F Y LAS O</p>	<p style="text-align: center;">DE (MINI-MAXI)</p> <p>ESTRATEGIA PARA MINIMIZAR LAS D Y MAXIMIZAR LAS O</p>
<p style="text-align: center;">LISTA DE AMENAZAS</p> <p>A1</p> <p>A2</p> <p>.</p> <p>.</p> <p>An</p>	<p style="text-align: center;">FA (MAXI-MINI)</p> <p>ESTRATEGIA PARA MAXIMIZAR EL F Y MINIMIZAR LAS A</p>	<p style="text-align: center;">DF (MINI-MINI)</p> <p>ESTRATEGIA PARA MINIMIZAR EL D Y EL F</p>

Fuente: Tomado de Cabanilla (2013).

ESTRATEGIAS FO (MAXI-MAXI): Se basa en el uso de fortalezas internas para aprovechar las oportunidades externas.

ESTRATEGIAS DE DO (MINI-MAXI): mejorar las debilidades internas, aprovechando las oportunidades externas.

ESTRATEGIAS DE FA (MAXI-MINI): mejorar las debilidades internas para aprovechar las amenazas externas.

ESTRATEGIA DA (MINI-MINI): reduce las debilidades y neutraliza las amenazas a través de acciones defensivas.

Informes y documentos

- Informe de planificación
- Informes de los talleres (durante y después)

- Carpeta de fotos de video
- Evidencia de texto y póster para la validación de componentes.

Informe sobre el potencial endógeno (destinos turísticos)

- Recursos físicos: infraestructura económica, técnica y social.
- Recursos humanos
- Recursos económicos - financieros (microempresas).
- Recursos tecnológicos
- Recursos socioculturales.
- Capital social.

Informe sobre los objetivos (¿Qué es lo que quiere?)

- Crear pequeños negocios turísticos que generen empleos.
- Innovar tecnología
- Crear redes de cooperación
- Formar recursos humanos
- Diseñando programas sociales
- Ofrecer servicios públicos
- Para crear un entorno innovador y competitivo.

Informe sobre agentes de cambio

- Autoridades locales
- Organismos públicos regionales
- Universidades
- Cámaras de negocios
- Centros de formación / innovación
- Agencias de desarrollo local

Diseño de lineamientos estratégicos generales y herramientas para su implementación.

Según Silva (2003), la estrategia se define como la ruta seleccionada para lograr los objetivos propuestos.

Para ello, se utilizó la técnica de análisis FODA que ya se ha desarrollado, para estudiar para cada objetivo estratégico las variables internas (fortalezas y debilidades) y las variables externas (oportunidades y amenazas) que pueden condicionar o hacer factible el alcance de los objetivos. Con este fin, se debe buscar la definición de la estrategia más adecuada, aprovechar al máximo las potencialidades (fortalezas y oportunidades), minimizar los riesgos (fortalezas y amenazas), abordar los desafíos (debilidades y amenazas) y las amenazas.

Para la implementación, es necesario contar con el apoyo de lo que se ha llamado: Agentes de cambio, especialmente las autoridades locales, que tienen bien delimitados los objetivos para la empresa.

Ejemplo: Para la creación de pequeñas empresas turísticas, se desarrolló un diseño simple del proyecto, para ello, en conjunto con los investigadores que participan en la universidad y, por lo tanto, para todas las estrategias que se generaron a partir del estudio, en el caso de la capacitación, de acuerdo con deficiencias encontradas y la planificación para su ejecución.

3. Resultados

3.1. Potencial turístico de un territorio.

La evaluación del potencial turístico de un territorio es de vital importancia para la planificación de la actividad turística, ya que no se trata de una enumeración, clasificación y catalogación de recursos, sino que va más allá, ya que permite conocer y discriminar al turista atracción que tienen algunos espacios en relación a los demás.

Para poder identificar el potencial turístico de un territorio, es necesario realizar un inventario de los recursos con los que cuenta un área determinada, para conocer sus características, y luego realizar un análisis de dicho inventario.

El inventario turístico consiste en una colección que es útil y fácil de interpretar, lo que le permite conocer las atracciones de la región. Esta información se almacena en pestañas que contienen datos de ubicación, descripción del sitio, características geográficas y climáticas, historia, instalaciones, servicios, infraestructura, accesibilidad, entre otros (Tabares, 2003).

Hay autores que lo identifican con otros aspectos y no con los atractivos naturales, definiéndolo como el plan de desarrollo turístico o la construcción de instalaciones y servicios adecuados para satisfacer las necesidades del turista, y también pueden incluir los efectos asociados, como la creación de empleos o generación de ingresos, toma muchas formas.

3.2. Desarrollo local

El desarrollo local es un proceso de diversificación y enriquecimiento de las actividades económicas y sociales en un "territorio" de escala local, basado en la movilización y coordinación de sus "recursos" materiales e inmateriales (Teisserenc, 2002).

Desde un punto de vista operativo, el desarrollo local se basa en métodos que generalmente movilizan tres elementos principales:

- El desarrollo de herramientas para la producción de información y conocimiento para identificar los recursos del territorio. (Ejemplo: diagnóstico de territorio)
- El establecimiento de herramientas para la concertación, la movilización y la cooperación entre los agentes con el objetivo de mejorar los recursos en cuestión y, de ser necesario, desarrollar nuevos recursos.
- El desarrollo e implementación de proyectos a través de un sistema más o menos formal de gestión y toma de decisiones.

Por su parte, Padillas et al. (2003) definen el desarrollo local como un "proceso por el cual se organiza el futuro de un territorio, como resultado de la planificación llevada a cabo por los diferentes agentes locales involucrados en el proceso, con el fin de aprovechar los recursos humanos y el desarrollo implica la búsqueda del bienestar social y la mejora de la calidad de vida de la comunidad local y se refiere a múltiples factores, tanto públicos como privados.

Madoery (2008), un especialista en temas de desarrollo local, plantea que el "desarrollo local" es un proceso controlado por los actores locales, donde es particularmente importante la capacidad de gestionar los propios recursos, sabiendo aprovechar estratégicamente los recursos externos, donde resultan fundamentales las capacidades locales (ej. creación, innovación, emprendimiento, gestión, organización, articulación, diálogo, consenso, confianza...), y donde además, en esos procesos predomina la mirada "abajo-arriba", es decir tomar el control desde las bases, donde los actores locales asumen el protagonismo de su propio proceso de desarrollo.

3.3. Estrategias locales de desarrollo basadas en el turismo

El turismo es una actividad económica que propone una serie de beneficios sociales, económicos, ambientales y culturales. Sin embargo, si está mal planificado, puede traer ciertos riesgos y, en consecuencia, tener efectos negativos para el desarrollo territorial. Por lo tanto, es importante tener en cuenta que un destino, sitio o localidad, si desea orientar el desarrollo local hacia el turismo, necesita un método que haga los esfuerzos invertidos y los

recursos utilizados, tanto propios como externos; (OIT-CIF, 2004, OIT-CIF, 2014a, Fundación DEMUCA, 2009).

La planificación estratégica es una herramienta cada vez más aplicada en el turismo, ya que ha demostrado su capacidad para contribuir al desarrollo social y económico de muchos territorios (Popovich, 2006; Schulte, 2003).

Sobre el tema de la participación de la comunidad local en los procesos de planificación, diferentes autores otorgan un peso fundamental, sin embargo, entienden que a pesar de la importancia que tienen los residentes del destino en el desarrollo del turismo, no se le otorga suficiente relevancia.

Monterrubio (2009) considera que la incorporación de la comunidad en la planificación y la gestión ofrece un trabajo de "abajo hacia arriba" y atiende la realidad, las demandas, los intereses y las necesidades que tiene. En particular, su incorporación en la planificación busca asegurar que los beneficios del desarrollo se mantengan en los residentes locales. Asimismo, su intervención en estos procesos debe extenderse más allá de la manifestación de su voluntad de desarrollo turístico en la localidad, y también alcanzar la formulación de políticas, la implementación y el seguimiento y seguimiento de los planes.

Este mismo autor indica que la integración de la comunidad local en la planificación y gestión del turismo no es una cuestión sencilla. En la práctica, existen diversos factores que dificultan su incorporación a los procesos de gestión del turismo, entre ellos: la dificultad de la comunidad para comprender el lenguaje técnico, la heterogeneidad de quienes participan en términos de opiniones e intereses, la baja representatividad de la posición de la comunidad si la participación se limita a grupos muy restringidos, o la falta de participación, debido a la apatía y la indiferencia de los residentes.

Sumando a esto, la falta de tiempo disponible para dedicar a esta tarea, por lo que pocas reuniones productivas y se deben planificar, con el fin de optimizar, sin perder calidad en el diagnóstico y procesamiento de la información.

Por otro lado, Kuper et al. (2010), luego de un estudio realizado en base al análisis de varios planes estratégicos de turismo desarrollados en Argentina en la última década, indican que la estrategia participativa ha permitido la expresión de los diferentes actores vinculados al sector, brindando instancias para manifestar los diferentes las necesidades y preocupaciones de los actores, la conciencia de los involucrados en los problemas que enfrentan y también el conocimiento de las opiniones de otros actores en la comunidad misma.

Este estudio reconoce que lo participativo, aunque importante en todos los sentidos, se manifiesta solo en un paso de todas las etapas de elaboración del plan y que esta estrategia participativa en los planes de turismo, a veces sirve para legitimar una política que ya está definida de antemano, aunque no debe ser absolutizado

4. Conclusiones

La adecuación metodológica presentada en síntesis, permite la realización del diagnóstico prospectivo, limitando el número de encuentros, sin perder calidad en el estudio.

- Siguiendo la logística de pasos y su apertura en cada comunidad estudiada, puede implementarse en cualquier lugar donde se busque desarrollo local, basado en el uso del potencial turístico presente.
- El apoyo de los agentes de cambio es decisivo, por lo que es necesario establecer compromisos, si es necesario, por documento legal.

Referencias bibliográficas

- FUNDACIÓN DEMUCA (2009). "Guía práctica para el Agente de Desarrollo Local de Centroamérica y República Dominicana", Fundación DEMUCA y CEDeT, San José, Costa Rica.
- Monterrubio, J. (2009), "Comunidad receptora: Elemento esencial en la gestión turística". En: Gestión Turística, No. 11, Instituto de Turismo, Universidad Austral de Chile, Santiago de Chile. Available in:

<http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n11/art06.pdf>. Consulte en: 15 enero 2015 a 11:00.

Kuper, D.; Ramírez, L.; Troncoso, C. (2010). "Política turística y planificación: ¿De las estrategias centralizadas a las estrategias participativas?". En revista Scripta Nova, Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, Vol. XIV, núm. 331 (41), Universidad de Barcelona. Available in: <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-331/sn-331-41.htm>. Consulte 20/02/2015.

OIT-CIF - Organización Internacional del Trabajo - Centro Internacional de Formación (2004). "Turismo y desarrollo local sostenible: elementos para un debate", Noticias Delnet, Revista electrónica del Programa Delnet de Desarrollo Local, N° 34, Turín.

OIT-CIF - Organización Internacional del Trabajo - Centro Internacional de Formación (2014a). "Diagnóstico y planificación estratégica, ejes centrales de una política local de turismo sostenible". En Curso de Turismo Sostenible y Desarrollo Local, Unidad Didáctica 5, Programa Delnet de Apoyo al Desarrollo Local, Centro Internacional de Formación, Turín.

Padillas, Y.; Pino, R. y Aguirre, L. (2003). Desarrollo Local. Evolución del concepto. Departamento de Estudios Económicos de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Cienfuegos. Cuba. Available in: <http://www.monografias.com/trabajos39/concepto-desarrollo-local/concepto-desarrollo-local2.shtml#bibl#ixzz4YgGY1bRe>

Popovich, M. (2006). "Planeamiento Turístico". Carpeta de Trabajo, 2da. edición, Universidad Nacional de Quilmes, Bernal.

Schulte, S. (2003). "Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo". Serie Manuales N° 25, ILPES-CEPAL, Santiago de Chile.

Silva, I. (2003). Metodología para la elaboración de estrategias de desarrollo local. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES). Dirección de Gestión del Desarrollo Local y Regional. ONU-CEPAL. Santiago de Chile. 64 pp.

Teisserenc P., 2002, Les politiques de développement local, Économica, París, 231 p.

-
1. Universidad Metropolitana del Ecuador. Investigador. Email: jalangu@umet.edu.ec
 2. Universidad Pinar del Rio. Investigador. Email: greicy22@yahoo.com
 3. Universidad Metropolitana del Ecuador. Investigador. Email: jmpalomeque@umet.edu.ec
-

Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015
Vol. 39 (N° 27) Año 2018

[Índice]

[En caso de encontrar algún error en este website favor enviar email a webmaster]

©2018. revistaESPACIOS.com • Derechos Reservados