

## **Estrategias de Mercadeo para el Sector Turístico de Zaruma-Portovelo y su Incidencia en el Desarrollo**

Gricelda Herrera, Julia Saad, Paúl Carrión

Proyecto Ruta del Oro, Facultad de Ciencias de la Tierra, Facultad de Ciencias Humanísticas y Económicas  
Escuela Superior Politécnica del Litoral  
Campus Gustavo Galindo, Km. 30.5 Vía Perimetral, P. O. Box 09-01-5863, Guayaquil-Ecuador  
grherrer@espol.edu.ec, pcarrión@espol.edu.ec, jsaad@espol.edu.ec

### **Resumen**

*El Ecuador posee un gran potencial turístico que de explotarse adecuadamente proveería de oportunidades excepcionales, con efectos multiplicadores para la economía local y regional. Pese a ello, es ampliamente reconocido que la industria relacionada al turismo está siendo subutilizada en nuestro país. En el sector de Zaruma-Portovelo, el turismo es una alternativa para el desarrollo económico. Cabe indicar que las dos ciudades mencionadas han sido declaradas Patrimonios Nacionales por lo que este estudio busca contribuir a nuevas oportunidades derivadas por el turismo, como la generación de empleo directo/indirecto, inversión y producto. Este trabajo, conlleva una visión de largo plazo donde la estrategia principal es el aprovechamiento y sustentabilidad de las oportunidades que ofrece la industria turística.*

*Actualmente no existen estrategias de mercadeo para el buen desarrollo del potencial turístico, las razones son varias, falta de infraestructura hotelera, difusión de los atractivos turísticos, vías de acceso a los centros recreativos, falta de capacitación personal para el sector turístico. En vista de esto se realizará un estudio detallado de las variables que deben ser tomadas en cuenta, al momento de realizar un proyecto de desarrollo turístico y se elaborará un trabajo descriptivo y de campo analizando la infraestructura turística del sector.*

**Palabras Claves:** Mercadeo, Turismo, Patrimonio, Estrategias, Desarrollo, Ruta del Oro.

### **Abstract**

*Ecuador has a great tourist potential that to operate itself suitably would provide with exceptional opportunities, with multiplying effects for the local and regional economy. In spite of it, widely it is recognized that the industry related to the tourism is being sub used in our country. In the sector of Zaruma-Portovelo, the tourism is an alternative for the economic development. It is possible to indicate that the two mentioned cities have been declared National Patrimonies reason why this study looks for to contribute to new opportunities derived by the tourism, like the use generation direct/indirect, investment and product. This work entails a vision of long term where the main strategy is the advantage and sustentabilidad of the opportunities that the tourist industry offers.*

*At the moment strategies of trade for the good development of the tourist potential do not exist, the reasons are several, lack of hotel infrastructure, diffusion of attractive the tourist ones, routes of access to the recreational centres, lack of personal qualification for the tourist sector. In view of this a detailed study of the variables will be made that must be taken into account, at the time of making a project of tourist development and will be elaborated a descriptive work and of field analysing the tourist infrastructure of the sector.*

### **1. Introducción**

La zona Zaruma-Portovelo está ubicado al suroeste del Ecuador, en la parte alta de la Provincia de El Oro. Por su ubicación geográfica tiene una irregular topografía siendo parte de la región costa, que hace sus pendientes atractivas por la disposición de sus calles y la hermosa vista de los llamativos paisajes a simple vista. Todas las ciudades y pueblos aledaños a Zaruma-Portovelo son antiguas y guardan una diversidad de tradiciones, costumbres que

emanan una singularidad típica del sector, que permite establecer un potencial sector turístico, avalado en lo que se denomina “la Ruta del Oro”. Zaruma creció gracias a la explotación de las minas de oro, actividad que fue próspera hacia finales del siglo XIX e inicios del XX. Este período de apogeo económico se vio reflejado en su arquitectura. El distrito minero Zaruma-Portovelo, contiene un legado histórico que se encuentra en los relatos y vestigios de la era pre-hispánica, en las crónicas de indias, en los trabajos de centenarias minas, en sus

edificaciones, en su gente, en su gastronomía, en su tradición e incluso en los mismos paisajes que bordean a este pujante sector.

Zaruma-Portovelo posee recursos naturales, arqueológicos como los manuscritos en piedra de Nudillo, la ciudad perdida de Jatún Pamba (Plan Grande) en Salati y los recientes restos indígenas encontrados en El Guayabo y Ojeda, que son algunos de los tantos atractivos que posee esta zona. Nos encontramos ante una zona privilegiada con un potencial de desarrollo turístico, y su falta de desarrollo se ha plasmado en la comunidad por sus limitaciones socio-económicas.

El aspecto más importante a tomar en cuenta es el proceso para el nombramiento de Zaruma como Patrimonio Cultural de la Humanidad. Este acontecimiento tendrá una repercusión inminente en el sector turístico, es muy importante llevar una estrategia adecuada para lograr tan apreciada distinción. El proyecto planteado en la zona de Zaruma-Portovelo, atenderá al primero de los objetivos nombrados, que es elaborar una estrategia de mercadeo, debido a que no existe un plan de mercadeo que ayude a la contribución del desarrollo turístico de esta zona. Siendo el turismo un potencial y punto neurálgico para el desarrollo del país, este proyecto intenta fortalecer y establecer un grupo de puntos de interés turístico que refuercen la identidad minera del sector con una proyección de desarrollo que conlleve mejoras a los ciudadanos y tenga un impacto social de relevancia.



Foto 1. Panorámica de Zaruma.

## 2. La Problemática

**Zaruma es una de las urbes más antiguas del Ecuador**, declarada por su arquitectura colonial "Patrimonio Cultural del Ecuador", según El Decreto Ejecutivo 1494, publicado en el Suplemento del Registro Oficial No. 321 de 18 de noviembre de 1999. Zaruma-Portovelo, **es un lugar singular** del país que goza de un excelente clima, diversidad de flora y fauna, lo cual favorece a la fertilidad de su

suelo, ya que permite el cultivo de la caña de azúcar y la producción del café. **La actividad minera-aurífera, representa aproximadamente el 70% del crecimiento económico del sector de Zaruma-Portovelo.** Además Portovelo fue declarada Patrimonio Cultural e Histórico del Ecuador, en el año 2004, ya que es el principal centro minero del Ecuador.



Foto 2. Panorámica de Portovelo.

Con todos estos grandes sectores potenciales que tiene Zaruma-Portovelo, pasa limitaciones económicas, sociales. Esta situación de limitado desarrollo turístico repercute en la economía de todos los habitantes del sector. Zaruma tiene una historia muy rica, que existe como tal desde su fundación el 26 de noviembre de 1820 con el nombre de Villa Real de Minas del Cerro Rico de San Antonio de Zaruma, y sus orígenes se remontan a la época de los incas por la explotación del oro en el cual se ha extraído aproximadamente 2.649 Tm. (Jorge Rengel, 1985). **Existe conciencia parcial de que la explotación minera contamina y le perjudica al desarrollo turístico.** Desde hace 10 años se realiza estudios en el apartado ambiental como "Análisis y Acciones Territoriales en Zaruma y Zonas Aledañas", Diagnóstico de la situación Geomecánica y Contaminación de Zaruma-Portovelo, con cooperación de organismos nacionales e internacionales. Pero la solución verdadera es compleja y requiere de muchos componentes, estructuras y estrategias políticas y prácticas.

Existen algunas publicaciones: "La Minería: Una alternativa de Desarrollo", La Ruta del Oro y el Patrimonio Geominero de Zaruma-Portovelo, que refleja la preocupación de la problemática del sector. **La población tiene cierta preocupación por los efectos contaminantes de la minería, pero se olvida visualizar todo el potencial turístico de la misma actividad**, junto con las acciones ganaderas, agrícolas, paisajísticas. Existe una identidad histórica que debe ser planteada estratégicamente para su proyección al futuro como eje de desarrollo.

## 2.1 El Turismo en Zaruma-Portovelo

El turismo constituye una parte importante de la economía global. Según el World Travel and Tourism Council, los viajes y turismo en todo el mundo generan en forma directa e indirecta el 11% de PIB. En el Ecuador el turismo ocupa el tercer lugar dentro de la economía, ocupando el primer lugar el petróleo seguido a este las exportaciones de banano. En el sector de Zaruma-Portovelo la actividad económica está en un proceso continuo, ya que en los últimos años ha sido muy visitado el sector ya sea por turistas nacionales e internacionales. Pero es importante indicar que la mayoría de los turistas nacionales provienen de la misma provincia y alrededores y de los turistas internacionales provienen del sector fronterizo.

### 2.1.1 Ruta de Riqueza y Proyección

LA RUTA DEL ORO, es un recorrido que comprende varias vías que unen a diferentes poblados que se iniciaron históricamente por la explotación del oro y que se han mantenido a través de la historia guardando ciertas peculiaridades en el aspecto de construcciones, de tradiciones sociales y culinarias, que acompañado a su singular paisaje y con caídas de aguas o riachuelos lo convierten en un sector de interés turístico.



Figura 1. Mapa de la Ruta del Oro.

Además la RUTA DEL ORO, es un slogan que traduce y resume la potencialidad y riqueza del sector como su futuro desarrollo. El recorrido de esta ruta se da a lo largo de la carretera Piñas-Portovelo-Zaruma-Paccha-Pasaje, incluyendo los pequeños poblados existentes en cada tramo de la vía como Malvas, Arcapamba, Minas Nuevas, Muluncay, Chilla, y otros sectores aledaños a Zaruma y/o Portovelo como Salvias, Sinsao, Salati,

Morales, El Guayabo, Guizhaguña. En todos los poblados nombrados se conjunta la historia, la leyenda y diversos aspectos relacionados a la geología y minería, que justamente le dan una identidad muy marcada en torno al oro.

En el sector se encuentran valorados alrededor de 50 atractivos turísticos, este inventario y valoración se lo realizó de acuerdo a la clasificación de patrimonios por parte de la UNESCO, ésta clasificación se divide en Patrimonio Cultural y Natural.

Tabla 1. Atractivos del sector.

PATRIMONIO CULTURAL	
<b>Arquitectura religiosa</b>	Iglesia principal de Zaruma, Iglesia de Malvas, Iglesia de Arcapamba, Guizhaguña.
<b>Minas</b>	Mina el Sexmo, Mina Vizcaya, Mina Miranda.
<b>Arqueología</b>	Tumbas prehispánicas y caminos del Guayabo y Salati, Nudillo, Huayquichuma, del Río Salati, Plaza Grande y Terrazas agrícolas del sector de Plan Grande, Villa de mineros americanos sobre el Guayabo, estructuras metálicas del emplazamiento de la planta industrial minera de MINANCA que es considerada como arqueología industrial.
<b>Petroglifos</b>	Nudillo, Salvias, Guizhaguña, Buza, Río amarillo y Salati.
<b>Museos</b>	Museo mineralógico de Magner Turner, Museo Selva Indígena, Museo Municipal de Zaruma, Museo Mineralógico y de Antigüedades Tesbita Ordóñez, Archivo Fotográfico de Portovelo.
<b>Monumentos</b>	Monumento a la minería en Portovelo, Monumento al fundador de Zaruma, Monumento al fundador de Paccha.
<b>Gastronomía</b>	Café zarumeño, Tigrillo, Mote, Manjar de Leche, Repe, Mallorca, Reposado, dulces típicos del sector.

PATRIMONIO NATURAL	
<b>Cerros (Montañas).</b>	Zaruma Urcu, El Calvario, San José, El Cristal, De Arcos, La Colina, Nudillo.
<b>Lagunas.</b>	Chinchilla, Arcos, San Pablo, Siriguilla.
<b>Ríos.</b>	Pindo, Amarillo, Calera, Salvias, Luis.
<b>Cascadas</b>	Chaca-Cápac, De Ortega, Molino, Chorrera, Huayquichuma
<b>Aguas Termales</b>	Manantial de aguas calientes San Vicente.

### 3. Metodología

El proceso de estudio y análisis del tema estaría representada dentro de un plan general de metodología representado en la figura 2. El esquema metodológico esta subdividido en tres fases: la inicial que conjunta datos, la segunda contempla la problemática y datos de campo, y la tercera que interpreta y da conclusiones.

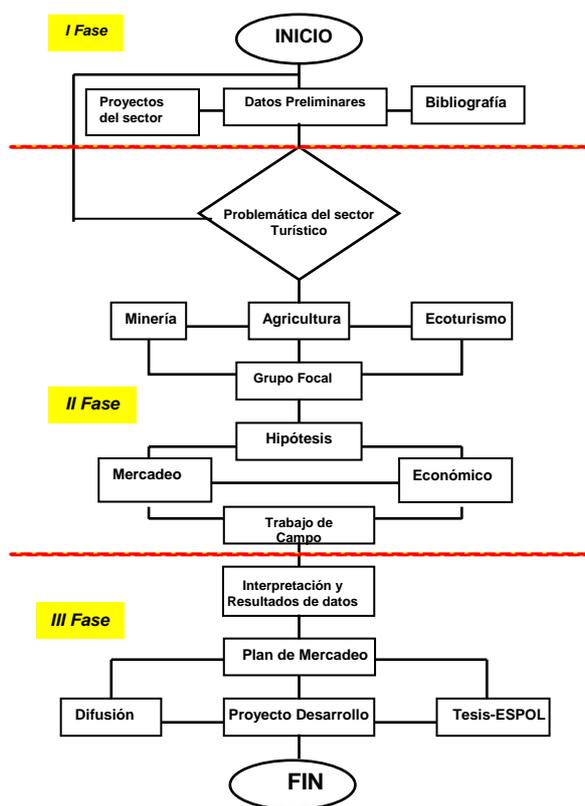


Figura 2. Flujo de diagrama de la metodología general.

### 4. Recolección de datos y resultados de la investigación

Una vez analizada la situación de Zaruma-Portovelo y las relaciones en su entorno de los sectores productivos mediante información bibliográfica, técnicas y los diversos contactos y su realidad, se procedió a realizar una encuesta que consta de tres partes como lo muestra la figura 3. Esta encuesta fue dirigida a personas que tengan establecimientos relacionados al turismo. Esto permitió científicamente abstraer resultados. En la encuesta se analizan parámetros y su preparación fue precedida por un trabajo riguroso y meticuloso.

Ademas fue importante la realización de un grupo focal en el sector que tuvo como objetivo captar las

ideas de las personas que son fuentes de información potenciales, acerca del tema general de interés. Este grupo focal se lo realizó en las instalaciones del Municipio de Zaruma, con una duración de dos horas y con la asistencia de las maximas autoridades del Municipio, personal de los principales establecimientos y representantes de la comunidad.

**2. IDENTIFICACIÓN PERSONAL DEL INFORMANTE**

Género: Masculino  Femenino   
 Año de nacimiento: \_\_\_\_\_  
 Estado Civil: Soltero  Casado  Divorciado  Unido  Viudo   
 Lugar de nacimiento: Ciudad \_\_\_\_\_ Provincia \_\_\_\_\_ País \_\_\_\_\_  
 Actualmente, reside en: Ciudad \_\_\_\_\_ Provincia \_\_\_\_\_ País \_\_\_\_\_  
 Nivel más alto de Educación:  
 Primaria incompleta \_\_\_\_\_ Primaria completa \_\_\_\_\_ Secundaria incompleta \_\_\_\_\_  
 Secundaria completa \_\_\_\_\_ Superior no terminada \_\_\_\_\_ Superior terminada \_\_\_\_\_

**1. ACERCA DEL ESTABLECIMIENTO**

Su negocio queda en: Zaruma  Portovelo   
 Tipo de establecimiento:  
 Alojamiento  Alimentación  Esparcimiento  Otros relacionados   
 Es usted propietario o encargado del negocio:  
 Propietario  Encargado   
 Su negocio es de comercio:  
 Pequeño  Mediano  Grande   
 ¿Aproximadamente cuánto tiempo tiene su establecimiento en funcionamiento?  
 ¿Tiene alguna experiencia en la clase de establecimiento que inició?  
 Si  No

**3. ACERCA DE ZONA TURISTICA**

¿Uno de los mayores impedimentos para el desarrollo turístico es el centralismo?  
 1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_ 5 \_\_\_\_\_  
 ¿Uno de los mayores impedimentos para el desarrollo turístico es el poco interés del Ente Municipal?  
 1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_ 5 \_\_\_\_\_  
 ¿Uno de los mayores impedimentos para el desarrollo turístico es la poca participación de la comunidad?  
 1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_ 5 \_\_\_\_\_  
 ¿Uno de los mayores impedimentos para el desarrollo turístico es el poco conocimiento del lugar por parte de los turistas?  
 1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_ 5 \_\_\_\_\_  
 ¿Uno de los mayores impedimentos para el desarrollo turístico es la contaminación ambiental por efectos de la minería?  
 1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_ 5 \_\_\_\_\_  
 ¿Uno de los mayores impedimentos para el desarrollo turístico es la falta de capacitación por parte de la comunidad?  
 1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_ 5 \_\_\_\_\_  
 ¿Uno de los mayores impedimentos para el desarrollo turístico es la poca promoción de los sitios turísticos por parte de los medios de comunicación?  
 1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_ 5 \_\_\_\_\_

Desde mi perspectiva como parte del comercio, puedo asegurar que los visitantes vienen por:

1. Playa de río laguna	1	2	3	4	5
2. Río laguna sin playa	1	2	3	4	5
3. Museos	1	2	3	4	5
4. Minas	1	2	3	4	5
5. Arquitectura tradicional	1	2	3	4	5
6. Ruinas/sitios arqueológicos	1	2	3	4	5
7. Manifestación religiosa	1	2	3	4	5
8. Caída de agua	1	2	3	4	5
9. Aguas termales	1	2	3	4	5
10. Bosques	1	2	3	4	5
11. Observación de flora o fauna	1	2	3	4	5
12. Artesanía	1	2	3	4	5
13. Comida y/o bebida típica	1	2	3	4	5
14. Otros	1	2	3	4	5

¿Considera importante un slogan o frase para promocionar el turismo de la zona Zaruma-Portovelo?  
 Si  No

Si usted contesto SI pase a la siguiente pregunta

¿Cual slogan considera usted adecuado?

Ruta del Oro \_\_\_\_\_  
 Villa de Oro al suroeste del Ecuador \_\_\_\_\_  
 Zaruma-Portovelo un paraíso para soñar \_\_\_\_\_  
 Conozcamos Zaruma y Portovelo \_\_\_\_\_  
 Zaruma-Portovelo primer centro minero y turístico del País \_\_\_\_\_  
 Zaruma-Portovelo es encantador como usted, visítenos \_\_\_\_\_  
 Visite Zaruma-Portovelo, templos turísticos dignos de conocer \_\_\_\_\_  
 Zaruma y Portovelo con el Oro en el corazón \_\_\_\_\_

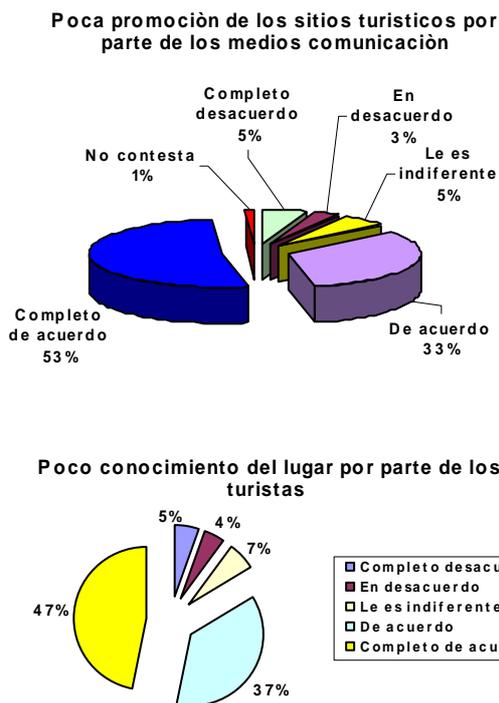
Figura 3. Modelo de Encuesta.

Los datos fueron analizados utilizando diferentes procedimientos estadísticos como:

- Estudio univariado de las variables estudiadas.
- Tablas de contingencia.
- Pruebas de independencia.
- Análisis de homogeneidad

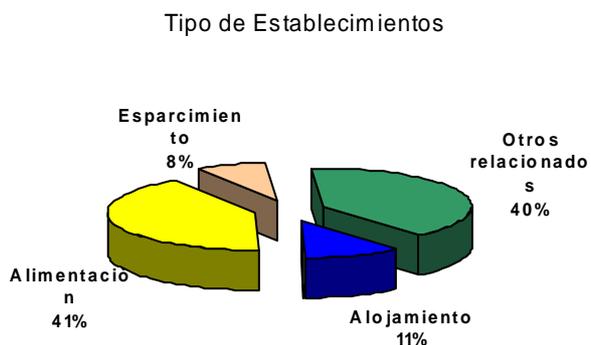
Mediante el análisis univariado de las variables se obtuvo que una de los impedimentos más reconocidos para el desarrollo es la poca promoción de esos valores y por ende el turista no conoce de las bondades con que cuenta Zaruma-Portovelo, relacionándose por un cierto tipo de apatía de la

comunidad lo cual se refleja en la figura 4.



**Figura 4.** Poca Promoción y conocimientos de los sitios turísticos.

Es importante señalar los servicios con los que cuenta en el sector y se observa en la siguiente figura, que lo que predomina en cuanto al tipo de establecimientos es el sector de la alimentación, que cuenta con el 41% seguido del 40% que corresponden de otros sectores que se involucran al turismo. Como por ejemplo tiendas de recuerdos, boutiques.

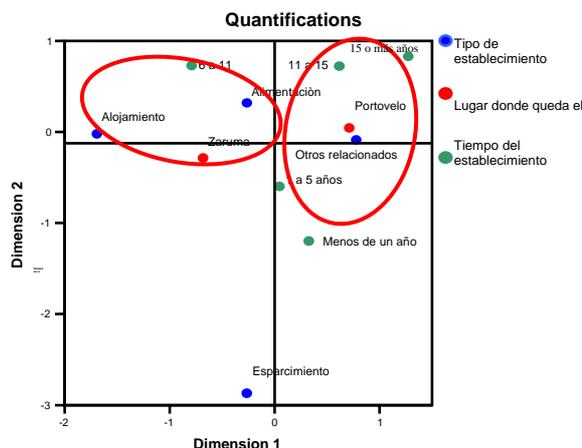


**Figura 5.** Establecimientos del sector.

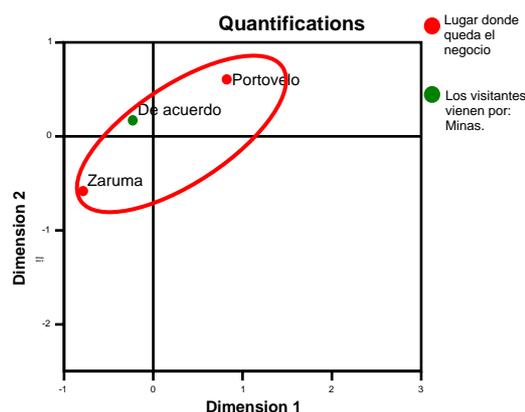
Otro dato importante extraído del análisis interno de la encuesta es que Zaruma cuenta con mayor capacidad hotelera que Portovelo y que la variedad

de los locales comerciales es mayor en Zaruma, reforzado por los aspectos de calidad turística.

En el análisis de homogeneidad relacionando unas variables se puede notar que Zaruma esta relacionado muy cercanamente con los comercios de alojamiento y alimentación mientras que Portovelo dista muchísimo de los centros comerciales de alojamiento y en lo que concierne alimentación su distancia es mayor que la que tiene Zaruma, esto refleja que Zaruma tiene ventaja en este tipo de infraestructura turística con respecto a Portovelo, siendo uno de los atractivos más representativos que son las minas.



**Figura 6.** Análisis de Homogeneidad para las variables: Lugar donde queda el negocio, Tipo de establecimiento, Tiempo del establecimiento.



**Figura 7.** Análisis de Homogeneidad para las variables: Lugar donde queda el negocio \* Los visitantes vienen por las minas.

#### 4.1 Elaboración de las Estrategias de Mercadeo

Tras la recopilación de la información obtenida mediante el trabajo de campo realizado, y una vez que se ha tratado y organizado los datos, se ha procedido al análisis de los mismos, obteniendo como resultado el diagnóstico turístico.

A partir del diagnóstico turístico del sector se construye el análisis FODA del sector, incluyendo sus aspectos internos y aspectos externos que inciden en el desarrollo del sector turismo.

**Tabla 2.** Análisis FODA del sector.

ANÁLISIS FODA	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ubicación estratégica y clima agradable del sector.</li> <li>▪ Entorno natural y paisajísticos.</li> <li>▪ Atractivos culturales, históricos, arqueológicos.</li> <li>▪ Gran potencial para el desarrollo turístico.</li> <li>▪ Patrimonio Cultural y Minero.</li> <li>▪ Proyectos en proceso para el desarrollo del sector.</li> <li>▪ Tradiciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Escaso apoyo de las entidades gubernamentales.</li> <li>▪ Débil promoción turística.</li> <li>▪ Insuficiente cultura y sensibilidad turística.</li> <li>▪ Ausencia de señalización turística.</li> <li>▪ Falta de infraestructura turística.</li> <li>▪ Falta de calidad en servicio al cliente.</li> <li>▪ Escasez de operadores turísticos.</li> <li>▪ Falta de capacitación adecuada a las necesidades del sector.</li> <li>▪ Problemas relacionados con el uso del suelo y su entorno natural.</li> </ul>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Por parte de la UNESCO se le otorgue la declaración de Patrimonio Cultural de la Humanidad.</li> <li>▪ Buenas relaciones fronterizas con el sector.</li> <li>▪ Tendencias turísticas como el turismo rural, ecoturismo, de aventura.</li> <li>▪ Minería sustentable como atractivo turístico.</li> <li>▪ Inversión privada.</li> <li>▪ Patrimonio Geominero</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Inestabilidad política del País.</li> <li>▪ Poco interés por parte de los inversionistas.</li> <li>▪ Acción de otros destinos turísticos.</li> </ul>

Como actuaciones necesarias y prioritarias, recaladas por el análisis técnico y por las reuniones cualitativas con los representantes del sector, se ha llegado a la conclusión de que las 7 principales estrategias o actuaciones a desarrollar deben de ser las siguientes:

##### - Concienciación sobre la importancia del sector.

Establecer programas para incrementar la conciencia sobre la importancia del turismo en el sector, en el cual los Municipios, instituciones y empresas vinculadas a la actividad turística, deberán participar activamente el desarrollo turístico de la zona.

##### - Modernización hotelera.

La continúa mejora y modernización de los alojamientos hoteleros, es importante para las exigencias y necesidades de la demanda, que se haga necesaria y significativa ya que en la mayoría son pocos competitivas. Por lo tanto los empresarios hoteleros deben de mejorar las infraestructuras de sus establecimientos.

##### - Incrementar la calidad de los servicios turísticos.

Promover y establecer programas que aseguren la calidad de los servicios turísticos y le den seguimiento a los mismos, para así poder obtener la satisfacción total del turista. Para incrementar la afluencia turística requiere que se cubran las expectativas del turista desde su entrada a los sitios de interés hasta su retorno, pero para lograr este objetivo revisten aspectos como la calidad de los servicios turísticos, los servicios de información y la seguridad pública.

##### - Imagen y difusión turística.

De acuerdo al estudio de mercado que se realizó en la zona se pudo constatar la necesidad de desarrollar la imagen y difusión turística del sector diseñando productos competitivos que sirvan para recalcar los lugares más representativos de la zona y así conseguir un aumento de las visitas al sector. Por lo tanto hay definir un programa de promoción y publicidad, en coordinación con la iniciativa de la Municipalidad, Cámaras del sector y empresa privada.

##### - Formación y Capacitación Turística.

Es importante una mayor profesionalización en el sector turístico, para ello se debe ampliar las oportunidades de capacitación y educación turística, esta actuación va encaminada a mejorar la calidad y la competitividad de los profesionales del sector turístico, con lo cual se incide en una mayor calidad de nuestros productos.

##### - Señalización Turística.

Hay que impulsar un plan de señalética turística, para así Incrementar y provisionar la infraestructura de apoyo al turismo y así mejorar los servicios de información. La finalidad es orientar al usuario en su movilidad habitual sobre todo en sitios complejos.

##### - Promover el Turismo Nacional.

Establecer y fortalecer con los prestadores u operadores de servicios turísticos, paquetes turísticos de hospedaje, alimentación, transporte. La promoción del turismo interno/nacional, se requiere de mayores facilidades para acceder a los servicios turísticos. El papel de las Rutas, Circuitos Turísticos es fundamental para la atracción de turistas e

impactar de manera equilibrada y sustentable las distintas zonas de Zaruma-Portovelo.

## 5. Conclusiones

- Zaruma-Portovelo es un polo de desarrollo en el suroeste de la Provincia de El Oro, que contiene valores como: historia minera (Patrimonio Geominero), peculiares valores turísticos, arqueológicos y unas condiciones climáticas especiales para la agricultura.

- Las estrategias de mercadeo propuestas son aplicables ya que presentan alternativas que permitirán generar un polo de desarrollo para el sector enfocando: turismo, minería, agricultura-ganadería. Se presenta un problema de difusión/promoción del sector tanto internamente como externamente, que puede ser enfrentado mediante estrategias sencillas y contundentes como uso de la radio y televisión, folletería, publicaciones, eventos, websites.

- Dentro del análisis cualitativo se obtuvo que dentro de la infraestructura hotelera falta mejorar sus instalaciones y la capacitación en servicio al cliente. Este es un factor preponderante dentro de los servicios al sector turístico, al tiempo que es relativamente sencillo implementar.

- Zaruma cuenta con una infraestructura turística más relevante que Portovelo. El análisis de homogeneidad refleja que Zaruma tiene una mayor implementación de alojamiento con respecto a Portovelo, y esto se refleja en la mayor cantidad de hoteles que hay en Zaruma. En cambio en el parámetro de alimentación podemos establecer que en Zaruma hay una mayor cantidad pero no difiere mucho de Portovelo.

- Los visitantes actuales de Zaruma-Portovelo prefieren Zaruma por su arquitectura tradicional. Hay que indicar que en Portovelo también existen casas patrimoniales pero su mantenimiento es deficiente y su promoción también es mínima. Mientras que los visitantes que se acercan a Zaruma-Portovelo por las minas, identifican a las dos ciudades como muy interesantes por este parámetro.

- Los habitantes de Zaruma consideran que el slogan "Ruta del Oro" traduce la potencialidad de riqueza y proyección de la zona, mientras que los habitantes de Portovelo consideran que los slogan "Zaruma-Portovelo es encantador como usted, visítenos y "Zaruma-Portovelo, primer centro minero y turístico del país" son los mas adecuados para la zona.

## 6. Recomendaciones

- Se requiere potenciar líneas de desarrollo que vinculen el turismo, la minería y agricultura.

- Por parte de los organismos con responsabilidad de esta actividad turística realizar periódicamente una investigación de mercados turísticos para saber de las necesidades cambiantes que puedan tener los turistas con el fin de cambiar, adecuar la estructura de la oferta turística de la zona.

- Se debe realizar programas de capacitación turística dirigida a toda la comunidad y al personal directo en esta rama turística con el propósito de incentivar el espíritu turístico.

- Zaruma-Portovelo debe ser cuna de innumerables proyectos entre organismos nacionales y extranjeros para efectuarlos en los próximos 5 años, por considerarse un tiempo estratégico de oportunidades.

## 7. Referencias Bibliográficas

1. Organización Mundial de Turismo, Tendencias de Mercado, Edición 2001.
2. Kinnear Thomas/ Taylor James, (1998) "Investigación de Mercados", Quinta Edición, Editorial Mc. Graw Hill
3. Carrión P, Ramos V, Ladines L, Loayza G. (2004) "La Ruta del Oro: El Patrimonio Geológico-Minero de la parte alta de la provincia de el Oro como factor de desarrollo. Revista Tecnológica, 17, 170--177. Ecuador.
4. Loayza G., Carrión P. (2003) "Metodología de la Ordenación Minero-Ambiental. Casos de Aplicación: Península de santa Elena y Sector Zaruma-Portovelo", Revista Tecnológica, 17, 25-280, Ecuador.
5. Carrión Paúl, Lely Ladines, "Diagnóstico del Patrimonio Geológico Minero del Ecuador" Memorias, (2003), "Seminario Internacional Minería y Metalurgia y Medio Ambiente". Pp. 321-329 Quito, Ecuador.
6. Cornejo M., Carrión Paúl, Becerra A., Ladines L, Patrimonio Geológico y Minero en el Contexto del cierre de Minas. Publicado por CYTED (2003) "Preliminar del Patrimonio Geológico y Minero en el Ecuador". Pp. 215-232, Brasil.
7. Andrade M., LOJA contemporánea, Eds. (Jaramillo A, 1920), "Zaruma Monografía Cantonal", pp. 6 -143. Portovelo.
8. L. Martins, P. Carrión, Eds., Integración de la minería en la Ordenación del Territorio (Guayaquil-Ecuador, 2003).
9. Gallardo G.E., Una hermosa historia, relatos de un pueblito de América, (CCE.Benjamin Carrión, Quito-Ecuador 2003).
10. Paredes R. A, Eds, Oro y Sangre en Portovelo (Productora de Publicaciones, 1980).
11. Allen L. Webster, "Estadística aplicada a los negocios y la economía" (2000) tercera edición, Editorial Mc Graw Hill.

