

ANÁLISIS TURÍSTICO DE LA RUTA ZARUMA GÜZHAGÜIÑA

Tatiana Berrezueta Alvarado¹, Paúl Carrión²

¹Licenciado de turismo, 2005

²Director de Tesis, Ingeniero Geólogo, Escuela Superior Politécnica del Litoral, 1991, Master en Tecnología Hidrogeológica, Universidad Politécnica de Madrid, 1992, Doctorado en Ingeniería, Hidrogeología y Medio Ambiente, Universidad Politécnica de Madrid, 1996. Profesor de la ESPOL desde 1996

RESUMEN

Una alternativa de desarrollo para la zona es el turismo: las características del paisaje y biodiversidad, su pasado histórico, colonial, minero y prehispánico, son las razones que defienden la viabilidad de esta actividad. Sin embargo, por el momento, la limitada infraestructura, falta de inventarios, poca promoción y difusión impide la consecución de esta aspiración. Mi proyecto "ANÁLISIS TURÍSTICO DE LA RUTA ZARUMA GÜZHAGÜIÑA" es un aporte al desarrollo de mi tierra.

Consta de cinco capítulos. La parte inicial contiene antecedentes, el segundo capítulo describe el área de estudio detallando sus perfiles geográficos, histórico, geológico y características biofísicas. En el tercer capítulo se hace una evaluación turística del área en su situación actual, planta turística, infraestructura, inventario real de los atractivos y un estudio de mercado. El cuarto capítulo analiza el FODA y establece capacidad de carga de 2 atractivos. En el último capítulo se desarrolla el producto para luego diseñar una propuesta de promoción a Zaruma y sus alrededores, para convertirlo en destino turístico. Promocionar el turismo es muy importante, por lo que se presentan varias alternativas para su ejecución.

SUMARY

Tourism is an alternative for the development of this area characterized for its unique landscape and biodiversity, the historic past, the colonial architecture, and its economy based in the mining. These are enough reasons to support the viability of this project. At the moment the limited infrastructure, lack of statistics, little promotion and exposition, keep us from achieving this goal. My project: Tourist Analysis of the Route Zaruma Güizhagüiña is my contribution to the development of my hometown.

The project is divide in five chapters. The first chapter is an analysis to the background. The second chapter describes objective area detailing its geography, history, geology and biophysics. The third one evaluates the area from the tourist point of view in its current situation: infrastructure, actual inventory of the attractions and marketing research. The next chapter includes a SWOT analysis (Strength, weakness, opportunities and threats)and determines the load capacity of 2 tourist attractions. The last chapter I develop the product to design a proposal to promote Zaruma and its vicinities as a tourist destination. I present several alternatives for the execution of this project because I consider promoting tourism a very important aspect in the development of the country.

Introducción

El cantón Zaruma posee paisajes naturales, ríos, cascadas, vegetación, riqueza arqueológica, arquitectónica, herencia de pasado histórico que arranca del periodo de integración, 50 años de influencia incásica, 410 años de fundación española, participación en la independencia y conexión a la vida republicana. Todas estas etapas dejaron huellas imborrables.

En la actualidad Zaruma mira el futuro respetando 3 aspectos importantes que son identidad, patrimonio y turismo, ha iniciado un proceso de concienciación en turismo pensando que Zaruma convertida en destino turístico mejorará sus condiciones de vida, por ello esta propuesta, ajustada a la realidad de un gran interés social, económico, político, cultural que abre las puertas a nuevas investigaciones con el tema Análisis Turístico de la ruta Zaruma- Güizhagüña.

El trabajo se convierte en un proyecto viable para mi tierra Zaruma que abriga esperanzas futuras en el turismo y qué mejor que la ESPOL tenga en esta tierra un lugar de práctica y de asesoría permanente. El proyecto que contiene 5 capítulos: descripción, diagnóstico, análisis y propuesta me ha permitido aplicar todo cuanto he aprendido sobre todo la metodología en lo que tiene que ver con investigación de campo, bibliográfica, aplicación de técnicas estadísticas hasta llegar a conclusiones y recomendaciones valideras que me sirven para cumplir el perfil profesional de la ESPOL y adquirir el título de Licenciatura. Lo que se busca es que los resultados ayuden de alguna manera a una mejor planificación turística no solo del cantón sino también de toda la parte alta de El Oro que a futuro puede también la UNESCO considerar toda la micro región como candidata a Patrimonio Cultural y Natural, porque el cantón Zaruma ya esta en lista indicativa inicial para este título.

La ruta ECOTURISTICA, RELIGIOSA Y ARQUEOLOGICA ZARUMA GUIZHAGÜÑA se suma a trabajos profesionales de la misma universidad como es el caso de la ruta del Oro de PHD Paúl Carrión que como slogan se ha prendido en el convivir de esta tierra y ha traspasado los linderos de país.

Contenido

1 Antecedentes

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PLOBLEMA

Zaruma, como zona urbana, y cabecera cantonal de 9 parroquias tiene un legado histórico, cultural de siglos, de indiscutible valor universal para la ciencia, arte, cultura, es poseedora de un entorno natural único y todo tan cercano, pero, este valor está escondido, no hay un despegue turístico para la zona, hay mucho por hacer para que se convierta en alternativa de vida como una zona de destino turístico para disfrutar de lo arqueológico, gastronómico, aventura...ecosistema, siendo una unidad de relieve de tiempos de volcanismo antiguo, ningún sitio se parece, cada uno tiene su perfil e identidad propia que puede generar ingresos y con ello mejorar las condiciones de vida de los habitantes que parece que por un momento creyeron que solo la mina podía satisfacer sus necesidades. La armonía de lo natural y cultural, lo tangible e intangible. Es lamentable que no cuente con una infraestructura decente que habrá las puestas de estos lugares al mundo entero, en base a un inventario real de todo cuanto se posee y de lo que hace falta como por ejemplo vías de acceso, señalización, promoción y poder

acceder a través de una página Web, y cuán importantes resultan estos trabajos de investigación porque de alguna manera despiertan el interés de las autoridades y pobladores a ir descubriendo lo que tienen para amar, respetar, y preservarlo del tiempo y de un turismo descontrolado.

1.2 Objetivos

General:

- Establecer una ruta turística de Zaruma Guizhaguiña que promueva las bellezas naturales, ruinas pre-hispánicas y la peregrinación religiosa, como alternativa para mejorar las condiciones de vida de sus habitantes, y que se incluiría en la *Ruta del Oro*.

Específicos:

- Definir los atractivos naturales e históricos y su valor desde el punto de vista turístico.
- Recomendar la ejecución de obras de infraestructura básica y turística para dar comodidad a los visitantes.
- Diseñar folletos, afiches, trípticos de promoción que valoren la importancia de la Ruta propuesta.

2. DESCRIPCION DEL AREA

Es la revisión general describiendo los perfiles geográficos, históricos, geológicos, características biofísicas y de la población de la zona en estudio.

3. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DEL ÁREA

En este capítulo se hará una visualización del sector turístico, analizando la situación actual del sitio en estudio. Además se incluye un inventario real de todo cuanto cuenta la ruta, un análisis de FODA que incluye estrategias y un estudio de mercado para establecer perfil del visitante, sus necesidades y su motivación, ya que toda esta información servirá como base en nuestra propuesta final.

3.1 Evaluación del sector turístico

3.1.1 Situación Actual

El municipio tiene una oficina de información muy elemental basada en trípticos, y lo que buenamente conocen las personas que trabajan en dicha área, mas no hay un sistema organizado, peor aun información técnica a través de los modernos sistemas de informática.

La guía en la zona es realizada por personas que habitan los poblados, algunos de ellos han adquirido una preparación previa para ejecutar una correcta guía, en idioma español, algunos han adquirido conocimientos en base a cursos organizados por el municipio, otros, porque conocen los lugares y se sienten felices guiando.

En Zaruma existe una monina de guías nativos, de estos pocos han perseverado como guías, por lo que nos podemos dar cuenta de la falta de incentivos promocionales y acceder a ellos.

En el momento de nuestra investigación nos enteramos que la Dirección provincial de Turismo estaba dictando una serie de cursos de capacitación turística, en esos días se encontraban los habitantes de Salvias y de poblados cercanos en la primera fase de dicho evento que contempla

también guianza, ecoturismo, turismo comunitario. En el cantón existe una monina de los guías nativos.

Los caminos no son senderos, fueron construidos por moradores del sector, que necesitaban trasladarse a sus ganaderías mas no porque advirtieron la importancia de estos sitios, pese a todo nos conducen a un determinado sitio, pero no hay sendero ni señalización técnica como para que el turista visite la zona, si tuvo suerte! Llegó más pronto por iniciativa del guía que es posible conoce de sitios para acortar camino, es decir, un traslado en función de tiempo.

Los caminos han sido bastante explotados en los últimos años, por una afluencia turística normal, estos presentan un fuerte desgaste, ya que nadie respeta la ruta a seguir causando en este una clara erosión, dando como resultado una imagen del sitio muy empobrecida.

Un aspecto importante es que la Laguna de Chinchilla y Cerro de Arcos no tienen un límite establecido, la Provincia de Loja y la Provincia de El Oro reclaman su propiedad lo que evidencia falta en el ordenamiento territorial de cada provincia que en todo caso se solucionaría cuando estas zonas sean declaradas patrimonio y allí si puedan acceder libremente los ecuatorianos sin disputas limítrofes. Incluso, la promocionan en trípticos tanto Loja como El Oro, son aspectos importantes que a futuro debe tomar muy en cuenta las comisiones de límites.

La tenencia de la tierra es familiar, la gran extensión de tierra ha ido pasando por herencia a través de generaciones lo que ha provocado su parcelación y aun así no dificulta el acceso a los sitios pues, son todas familias conocidas, conocen al guía, tienen confianza, saben que no va a ha ocurrir desastres, respetan las propiedades, siguen caminos identificados plenamente. Desde luego hay familias que este momento están con sus propiedades también en dos provincias y todo se entiende históricamente porque los actuales cantones de Manú pertenecían a Zaruma.

Como esfuerzo de todas las personas del sector para ganarse el sustento diario, son actividades económica básicas son del sector primario de preferencia agricultura y ganadería, en algunos casos de autoconsumo y en otros con sobrantes para el mercado, lo que si se nota es el mejoramiento constante de las ganaderías con procedimientos técnicos que a la final resultan un atractivo por ese sector.

Algún momento esta actividad se vio amenazada por la minería, pero, para este sector no se dio el colapso de otros, al contrario; han mantenido la tenencia de la tierra. En la economía Cantonal se distinguen claramente las actividades: agrícolas, ganaderas, mineras, turísticas, comerciales y otros.

3.1.2 Planta turística

En lo que se refiere a la planta turística, clasificada en alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios es preciso puntualizar que no hay un seguimiento técnico o sigue lineamientos establecidos, todo es iniciativa privada a tal punto que la zona urbana de Zaruma cuenta con 6

hoteles, 53 establecimientos de alimentación entre restaurantes, cafeterías, bares, comedores y otros, y una agencia de viajes.

3.1.3 Infraestructura

Dentro de la infraestructura tenemos vías de comunicación, transporte y servicios básicos. Todos los lugares en la parte alta son muy cercanos, pero lejanos a la vez desde el punto de vista turístico, sencillamente, las vías no son ninguna promoción buena para el turismo, mejoró notablemente el ingreso a la población urbana de Zaruma pero, es un problema la visita a las parroquias, peor aún, pretender visitar Guanazán, Abanín que son sitios muy antiguos porque no valen las vías. Al momento de cubrir la investigación, se encontraba el Ministro de Obras Publicas y se comprometió a Asfaltar la vía en la ruta Zaruma - Ortega - Salvias y la de Güizhagüiña Portovelo.

El único acceso a las zonas es por vía terrestre, entonces, el deploramos las vías también hay deficiencias en cuanto al transporte, así, el turista tiene que acercarse a las oficinas, en la una de ellas ofrece servicio a los lugares más apartados con turnos muy separados y sus carros son abiertos tipo "chiva", no hay un circuito establecido como sería lo deseado. Existen 3 cooperativas que brindan el servicio de transporte interprovincial, dos que sirven al transporte cantonal y tres para servicio local

Los servicios básicos en la ciudad de Zaruma son buenos, pero a nivel rural son ineficientes o no existen

3.3. Inventario de Atractivos Turísticos

Se realizan fichas mediante una investigación de campo, se describe ubicación, características biofísicas, estado de conservación, difusión, infraestructura.



FOTO PANORAMICA DE ZARUMA



IGLESIA MATRIS



CENTRO HISTORICO



CERRO DE ARCOS



CERRO CHIVATURCO



LAGUNA DE CHINCHILLA

3.4 Estudio de Mercado

Con el fin de establecer el perfil del turista, sus necesidades, épocas de visita, lugares más visitados, entre otras cosas se ha realizado un estudio de mercado a través de 2 encuestas. La primera es la preliminar Con una muestra de 30 y la final con 132 encuestas

4. ANALISIS TURISTICO

4.1. Análisis de FODA

Para esto se utiliza una matriz de problema - causa -solución, analizando todos las partes relacionadas.

MATRIZ DE ANALISIS FODA	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Zaruma tiene sitios de valor universal tanto el lo urbano como en lo rural - Riqueza histórica y cultural - Posee un clima temperado -variedad micro-climas ,en flora y fauna -Hay una bio-diversidad únicas - El paisaje natural no es monótono - Bajo nivel Delincuencial - Riqueza de bienes intangibles en su gente - Es un pueblo con memoria e identidad propia, su gastronomía es reconocida a todo nivel - El café tiene un renombre mundial 	<ul style="list-style-type: none"> - Muchos zarumeños profesionales regados en el país y en el exterior - Comentarios positivos de personalidades que conocieron Zaruma - Esta relativamente cerca de la costa y sus puertos - Estar situados en un extremo de la provincia - Ir descubriendo cada día aspectos valiosos de su historia - Ser reconocidos como Patrimonio de la Humanidad
COMO INCREMENTAR	COMO APROVECHAR
<ul style="list-style-type: none"> - Apoyar, propiciar estudios y accesorias de universidades. Como 	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de una pagina completa en Internet, para ampliar la cobertera

<p>ESPOL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inventariar riqueza histórica, cultural. - Recuperar todas las memorias orales, escritas <p>Auspiciar estudios especializados de flora y fauna</p> <p>Implementar en planes de estudio primario y secundario el conocimiento y preservación de lo nuestro.</p>	<p>nacional e internacional para incentivar el conocimiento de nuestra tierra.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Renovar los cafetales y crear una micro empresa de exportación del café Zaruma donde cada caficultor sea empresario y vea su producto viajar por el mundo - Gestionar recursos para realizar campañas de difusión y promoción, preservación del medio.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Las vías en pésimo estado sin mantenimiento - No hay una infraestructura básica ni turística en el sector rural - Falta de recursos, No hay señalización, senderos - Hace falta ordenanzas municipales que precisen el tratamiento de los desperdicios. - No hay planificación turística a futuro - No hay control alguno en cuanto al acceso a los atractivos - Todo responde a iniciativas privadas, el estado no ha contribuido - Falta de promoción turística. Y tener salida hacia el mundo con una pagina Web. - Contaminación / deterioro de atractivos 	<ul style="list-style-type: none"> - El absurdo regionalismo o centralismo dentro de la provincia Inestabilidad política, económica - La visita sin control y no planificada - La disputa del turista por personas que ofertan el servicio. - El éxodo de la población rural hacia lo urbano y el exterior - Que la UNESCO no reconozca a Zaruma como Patrimonio - No exista apoyo de nivel provincial y nacional
COMO DISMINUIR	COMO NEUTRALIZAR
<ul style="list-style-type: none"> - Crear pagina Web - Capacitación permanente - Mejorar la calidad de nuestros servicios para enfrentar el hecho de ver a Zaruma convertida en destino turístico - Reconocer de que Zaruma, no es solo el centro urbano, sino la gran riqueza cultural y natural del sector rural. Exigir obras de infraestructura básica en todo el sector - Campañas permanentes para proteger el medio y así conservar lo que tenemos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor difusión de lo que Zaruma posee para sensibilizar a las autoridades provinciales de su responsabilidad - Expedir una ordenanza municipal de control de ingreso turístico para evitar cargar mayores y negativas - Propender a la demanda de créditos, para línea turística para creativamente mejorar las ofertas turísticas - Concienciación ciudadana para el cuidado y preservación de atractivos

4.2 Capacidad de carga de Atractivos más Importantes

La capacidad de carga es una herramienta de planificación que aporta una estimación de cifras del número de visitas y visitantes que puedes disfrutar de un lugar turístico en un momento determinado realizando diferentes actividades.

El proceso consta de tres niveles que son: física, real y efectiva



CASCADA DE ORTEGA



CASCADA DE CHACA-CAPAC

Los cálculos se basaron en los siguientes supuestos:

RESULTADOS DE LA DETERMINACION DE CAPACIDAD DE CARGA

CAPACIDAD DE CARGA	CASCADA DE ORTEGA		CASCADA DE CHACA CAPAC	
	AGUA	RECREACIÓN	AGUA	RECREACIÓN
FISICA CCF	147 Visitas/día	55 Visitas/día	140 Visitas/día	526 Visitas/día
FACTOR DE CORRECCION				
FCero	0.9523	0.9048	0.9625	0.97
FCacc	-	0.3	-	0.6
FCpre	0.8239	0.8239	0.8239	0.8239
FC sol	-	-	0.4717	0.8679
FCtem	0.9672	0.9672	-	-
FCane	-	0.9048	-	0.8
REAL CCR	106 Visitas/día	11 Visitas/día	52 Visitas/día	175 Visitas/día
CAPACIDAD DE MANEJO CM	59	57	134	40
EFFECTIVA CCE	62 Visitas/día	6 Visitas/día	70 Visitas/día	71 Visitas/día

Tabla I: CAPACIDAD DE CARGA TURISTICA

5. PROPUESTA

Contiene una propuesta viable para promover el desarrollo turístico sostenible sustentable del sector que tiene una gran belleza natural y cultural que merecen ser conocidos, conservados y difundidos.

5.1 Desarrollo del producto

Antes de presentar la zona como un destino turístico es necesario incluir como un aporte al cantón Zaruma todo cuanto se precisa hacer y mejorar urgentemente porque, vale la pena.

5.1.1 Mapas temáticos

El primero es un mapa turístico de la ruta que muestra todas las actividades que se podrán realizar y lugares para conocer y visitar. El segundo es un mapa visual, es decir imágenes de los atractivos naturales y el tercero es un mapa Gastronómico, una muestra de la variedad de platos típicos, expresión del arte culinario.

5.1.2 Infraestructura

Existe un convenio suscrito del Municipio de Zaruma con el Ministerio de Obras públicas para el asfaltado doble riego de la vía Zaruma – Sinsao - Salvias y asfaltado doble riego de la vía Güizhagüiña-San Juan de Bella Vista-Portovelo. Una vez mejoradas las vías, habrá flujo de transporte en todo el sector con turnos regulares, una razón más de que el turismo lo mueve todo. Por su naturaleza misma “las chivas “cumplirían su rol importante para la zona.

Una vez inventariados todos los lugares, precisar, todo cuanto les falta: servicios sanitarios, agua potable, telefonía

5.1.3 Instalaciones

Aquí se propone un sistema de interpretación formado por varios elementos como: centro de Interpretación, senderos, señalización, área de recreación, baños y parqueo.

5.1.4 Guianza (guiones)

Como ya se indico que la población esta siendo capacitada por la Dirección Nacional de Turismo, nuestra propuesta es presentar una guía para los guías en la ruta Zaruma - Güizhagüiña, que contienen un perfil básico de la ruta. El objetivo de este sistema es que todos los guías cuenten con un mismo programa de información, este se lo puede imprimir como un pequeño libro que tenga la foto del atractivo y la descripción del mismo.

5.1.5 Itinerarios y Rutas

El sector nor oriental de Zaruma cuenta con enormes atractivos, pero no es aprovechado en toda su magnitud, en este circuito se une la ciudad de Zaruma que tiene ya una carga turística mediana con el sector para juntos hacer un destino turístico agradable.

El proyecto presenta 2 circuitos turísticos, los cuales se pueden conectar con la Ruta del oro.

Se han diseñado rutas basadas en recorridos y tiempos reales, como punto de partida y llegada tomamos a Zaruma y han sido estimadas para hacerlas de 8 a 10 horas aproximadamente, así tenemos:

Ruta 1:	Zaruma, Roma, Sinsao, San Antonio, Salvias, Ortega, Río Amarillo, Güizhagüiña
Ruta 2:	Zaruma, Roma, Sinsao, Ortega, Guizhaguiña, Portovelo
Ruta 3:	Zaruma, Roma, Sinsao, Ortega, Salvias, Chaca-Capac
Ruta 4:	Zaruma, Chorrera, Güizhagüiña, Portovelo
Ruta 5:	Zaruma, Salvias, Laguna de Chinchilla
Ruta 6:	Zaruma, Salvias, Cerro de Arcos

Tabla II: Rutas

4.2 Promoción y difusión

Una buena promoción debe ser planificada y sistemática. Para poder presentar un plan de promoción y difusión es necesario conocer nuestro mercado, es decir lo que tenemos para ofrecer y a quien va ha ser dirigido, es decir el tipo de visitante. De acuerdo a los resultados obtenidos en nuestra investigación de campo se pudo establecer que nuestros clientes potenciales, son estudiantes, familias, científicos y aventureros. De aquí parte nuestra propuesta en lo concerniente a promoción y difusión logrando así el conocimiento de lo nuestro y evitar la permanente salida de jóvenes y familias hacia otros lugares.

Es importante establecer un plan de cooperación con programas turísticos con entidades como el Ministerio de Turismo, y también los que tienen relación directa como Ministerio de Medio Ambiente, Municipio y empresa privada

Poner en función "plan de promoción turística" utilizando medios de comunicación que estén a nuestro alcance como prensa, radio, televisión, ferias nacionales e internacionales e Internet.

Ahí nuestro interés en actualizar la pagina Ruta del oro que ya existe: www.zarumaeloro.com ofertada por el CICYT, de la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

En este plan también se deben establecer distintos canales de distribución, en nuestra caso son: Compañías aéreas, Establecimiento de alojamiento, Mayoristas de excursiones, arrendadoras de autos, agencias de viajes y turismo de aventura, tour operadoras , asignándoles a estas entidades folletos, afiches, videos, documentales, mapas, guías turísticas y alternativas de nuestro paquete. El proyecto presenta el formato de un tríptico que involucra al sector en estudio. Este tipo de promoción es nivel interno, para la promoción fuera del país es aconsejable la creación de una página Web.

En lo que respecta a televisión se utilizaran: reportajes, videos promocionales, documentales. El canal local de igual manera debe emitir programas de promoción turística debidamente revisados. En la promoción se debe resaltar cultura, platos típicos, paisajes. Para los reportajes escritos, existen varias revistas y periódicos en nuestro medio, como la revista Viajes, una publicación mensual de Prensa Turística S A. este medio se dedica hacer reportajes turísticos de diversos destinos, en ellos describen el lugar, sitios de interés, como llegar, donde alojarse y comer, entre otras referencias. En la actualidad las revistas especializadas en ecoturismo o turismo son puntos claves en la publicidad de calidad.

La participación en ferias turísticas permite presentar a través de videos, afiches, postales mapas guías nuestros atractivos turísticos.

En lo referente a ferias, tomamos en consideración la FITE, feria internacional del Turismo en Guayaquil y la BITE en Cuenca. En estas ferias hay varias actividades como muestras de stands, reuniones de negocios, actividades académicas vinculadas al turismo y viajes de familiarización.

La FITE y la BITE se realizan todos los años, con una duración de 4 días en un determinado lugar. A nivel del municipio seria muy bueno contar con un stand, para ello es necesario la voluntad política del municipio que asigne el

presupuesto una partida para el efecto, ya que toda esta promoción tiene un costo.

Una opción sería unir el Municipio de la Parte alta y presentar todos sus atractivos.

Implementar en las radio de la micro región programas culturales que hagan conocer las bondades de esta zona con el objetivo de fortalecer su identidad.

Otra alternativa es también la Información en carretera con mapas que indiquen hacia donde está la provincia de El Oro, indicando el circuito, e aquí la importancia de la señalización para que el turista pueda orientarse objetivamente y escoger los lugares que puede visitar.

También presentamos la opción de lanzar un CD interactivo, en el que se muestre los pormenores de la micro región, y rutas al que pueda acceder con facilidad el visitante potencial. Según cotización a una consultoría de comunicación el diseño y la elaboración un CD interactivo es de aproximadamente \$500 y diseño, elaboración y 1000 copias con portada \$1200.

La propuesta implica un presupuesto especial, por lo tanto si el municipio es el directamente beneficiado, el presente trabajo pasaría a formar parte de la comisión de Gestión Turística que tiene el Gobierno Municipal y asumirá sus gastos incluyendo en su presupuesto tal realización, de igual manera, tendrían la accesoria de la Escuela Politécnica del Litoral que siempre realiza sus observaciones y prácticas en este cantón.

En la siguiente tabla prestamos un presupuesto de costos de una difusión a nivel de los medios antes mencionados.

TIPO	NOMBRE	ESPACIO	PRECIO
FERIA	FITE (GYE)	stand standard 6m ²	\$ 700*
	BITE (CUE)	Stand 6m ²	\$500*
REVISTAS	THIS IS ECUADOR	1 PÁGINA: 3 meses	\$ 400c/m
		6 meses	\$ 375c/m
		12 meses	\$ 350c/m
	PRENSA TURÍSTICA	PUBLIREPORTAJE	\$ 850
	Viajes	CONTRACARATULA + 2 PAGINAS	\$ 1400
	VISTAZO		
	Superturísticos	suplemento	\$ 6700
	Superturísticos	6 páginas de texto + 4 páginas	\$7200
	Planificados	de avisos	
PERÍODICO S	EL UNIVERSO	3 columnas x 8 párrafos(lunes/viernes)	\$ 1100*
	EL COMERCIO	3 columnas x 7 párrafos(lunes/viernes)	\$1029*
	EL NACIONAL	1/2 página	\$92.28
	EL CORREO	1/4 de página	\$35
		1/2 página	\$70

Tabla III: Precios en Ferias y Prensa Escrita – * precios + IVA

Fuente: Tatiana Berrezueta

Conclusiones

- El presente trabajo contribuye a mejorar el desarrollo en el sector turístico porque de los cuadros se desprende que el mayor porcentaje de la población económicamente activa se concentra en la producción y pero aun no supera la rusticidad.
- La propuesta se enmarca en un proyecto macro que es la Ruta del Oro, todo un entorno natural cercano en el que hay mucho por hacer para que se convierta en un destino turístico y alternativa de vida.
- La ruta eco turística, arqueológica religiosa Zaruma Güizhagüiña, un eslogan que transmite mensajes claros de una región.
- El cantón Zaruma tiene un legado histórico, cultural de siglos, de indiscutible valor universal.
- Es Evidente la falta de información,, señalización, difusión y puesta en servicio de su riqueza arqueológica.
- Zaruma, Roma, Sinsao, Ortega, Salvias, San Pablo y Güizhagüiña tienen historia, identidad, riqueza natural y cultural dignas de conocerse.
- Es lamentable que por un centralismo, el sector no cuente con una infraestructura básica que permita a los pueblos abrir sus puertas al mundo.
- La propuesta es viable, un aporte a mi tierra y además el sello de La ESPOLE como institución superior que nos alienta a investigar.

Referencias

1. CARDENAS, Fabio, Proyectos turísticos, localización e inversión, Trillas, 1991 México
2. GONZÁLEZ, Celiano, Petroglifos de la Provincia de El Oro, Ensayo de Estudio comprensión., Editorial PIO XII, Ambato
3. HIDROVO, Jaime, Santuario y conchales, editorial CCE, El Oro
4. CIFUENTES, Miguel, Capacidad de carga turística, 1992
5. VALVERDE, Emiliano, Identidad geo histórica espacial, Zaruma. El Oro
6. GONZÁLEZ, Celiano, Petroglifos de la Provincia de El Oro, Ensayo de Estudio comprensión., Editorial PIO XII, Ambato
7. BERREZUETA, Edgar, Metodologías de Valoración de las Actividades de Uso del Suelo en Zaruma-Portovelo. Ecuador

8. CARRIÓN, Paúl, Ruta Del Oro, ESPOL, 2004

9. DETERMINACION DE LA CAPACIDAD DE CARGA DE LA COMUNA AYANGUE, 2003
10. MINISTERIO DE TURISMO, Metodología para inventarios de atractivos turísticos, gerencia de recursos turísticos, 2000
11. GOBIERNO MUNICIPAL DE ZARUMA, Planificación ministerio de turismo
12. BARREZUETA A. VILLAFUERTE I, ESPOL, Tesis de Grado Desarrollo Turístico de La Ruta del Oro y su Área de Influencia de los Cantones Zaruma Y Portovelo. 2005
13. Miguel Cifuentes, 1999, Capacidad de carga Turística de Áreas de uso publico del Monumento nacional Guayabo, www.wfca.org/wwfpdbfs/guayabo.pdf
14. José Fariña Tojo, Esther Higuera, julio 1999, Turismo sostenido del territorio http://www.aq.upm.es/Departamentos/Urbanismo/public/ciu/num/ciu_28.html