



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“ESTUDIO DE MERCADO DEL SECTOR
TURÍSTICO EN EL CANTÓN CENTINELA DEL
CÓNDOR, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”**

**Tesis previa la obtención
del grado de Ingenieras
Comerciales**

AUTORAS:

☉ MERCY ANGELITA CARRILLO CARRILLO

☉ LÍA MARICELA YAGUANA HERRERA

DIRECTOR:

Ing. JUAN ENCALADA OROZCO

LOJA – ECUADOR

2011 - 2012

CERTIFICACIÓN

Ing. Juan Encalada Orozco, MAE

DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
DEL ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CERTIFICA:

Que, el presente trabajo de investigación titulado **“ESTUDIO DE MERCADO DEL SECTOR TURÍSTICO EN EL CANTÓN CENTINELA DEL CÓNDOR, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”**, presentado por las aspirantes señoritas EGRESADAS: Mercy Angelita Carrillo Carrillo y Lía Maricela Yaguana Herrera, previo a la obtención del grado de INGENIERAS COMERCIALES, ha sido dirigido, orientado y revisado cuidadosamente en todas sus partes, y en vista de que cumple con los requisitos, autorizo su presentación, sustentación y defensa.

.....
Ing. Juan Encalada Orozco, MAE.

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

EL contenido del presente trabajo, conceptos, ideas, opiniones, procedimientos de investigación, resultados, conclusiones y recomendaciones son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

.....

Mercy Carrillo

.....

Maricela Yaguana

AGRADECIMIENTO

Agradezco a los docentes, quienes supieron impartirme sus conocimientos, al Ing. Juan Encalada quien me apoyo desinteresadamente a la realización del presente trabajo de tesis, a la Universidad Nacional de Loja, y a las autoridades de la Carrera de administración de Empresas, quienes siempre estuvieron prestos a ayudarnos en el desarrollo de la tesis.

Mercy Carrillo

Expreso mi agradecimiento, al Divino niño por haberme guiado espiritualmente, a la Universidad Nacional de Loja, al Área Jurídica, Social y Administrativa, por haberme dado la oportunidad de formarme como profesional, a los profesores de la Carrera de Administración de empresas, quienes supieron compartir sus conocimientos oportunamente y especialmente al Ing. Juan Encalada, MAE, quien desinteresadamente dirigió la tesis hasta la culminación de la misma, y en general a todas las personas y amigos que me ayudaron de alguna u otra forma para culminar mi carrera.

MARICELA YAGUANA

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo primeramente a Dios quien con su sabiduría me guio en todo momento, a mi Madre quien supo apoyarme incondicionalmente en el logro de mis metas para desarrollarme como profesional y como persona.

Mercy Carrillo

Con esfuerzo y sacrificio dedico el presente trabajo de tesis, con mucho cariño a mis padres, quienes son el pilar fundamental en mi vida y en la culminación de la carrera, a mis hermanos: Charlin, Angélica, Sarita, Manuel, Saúl, Edison, quienes me han dado su apoyo incondicional a cada momento. Y a toda mi familia ella ha hecho que me merezca alcanzar este triunfo profesional.

Maricela Yaguana

TÍTULO

1. TÍTULO

“ESTUDIO DE MERCADO DEL SECTOR
TURÍSTICO EN EL CANTÓN CENTINELA DEL
CÓNDOR, PROVINCIA DE ZAMORA
CHINCHIPE”.

RESUMEN

2. RESUMEN

2.1 Resumen en Español.

El presente trabajo investigativo tiene como objetivo establecer una propuesta para fomentar el turismo en el Cantón Centinela del Cóndor, de la provincia de Zamora Chinchipe, la misma que permitirá el desarrollo económico, social, político , y cultural, crear fuentes de trabajo en beneficio de la sociedad, permitiendo un desarrollo para el cantón, provincia y país.

Para lo cual se ha planteado el tema: **“ESTUDIO DE MERCADO DEL SECTOR TURÍSTICO EN EL CANTÓN CENTINELA DEL CÓNDOR, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”**,

En la metodología, se identificó a los turistas que ingresan al cantón Centinela del Cóndor, debido a que no existe un registro histórico del lugar de procedencia de los turistas, se viajó los fines de semana, por ser los días que existe mayor concurrencia de turistas en el cantón. La encuesta fue aplicada en los lugares donde se encontraban los turistas como: en los hoteles, en el centro recreacional Playas de Zumbi, parque central, oficinas de la cooperativa Loja y Nambija, y a los dueños de la oferta turística, a los cuales se procede a aplicar la entrevista.

El Cantón Centinela del Cóndor, se encuentra ubicado en el centro de la provincia de Zamora Chinchipe, en este lugar se encuentra una gran

biodiversidad de flora y fauna, costumbres y tradiciones, con alto valor histórico cultural, lo que permite el desarrollo del turismo cultural y natural.

En los resultados se determinó que el 4,69 % de los ingresos es generado por el turismo, el acceso de la población a la telefonía fija es del 49,93%, al internet accede el 0,69%, de la población, el 89,69% de las vías se encuentran en mal estado debido a que son afirmadas con material del río y cantera y no reciben un mantenimiento adecuado.

El 27,92% de los turistas que ingresan al cantón son de género masculino y su estado civil es soltero, el 74,62% de los turistas provienen de las provincias de Loja y el Oro, el promedio de consumo diario de cada turista es de \$ 13,83 dólares

La demanda real hotelera es de 908 turistas que se hospedan al año, de los centros de diversión es de 391, de los centros de distracción es de 1982 turistas y de los lugares de alimentación es de 2793 turistas que se alimentan en el año.

La demanda potencial para el año 2012 de los hoteles es de 975 turistas que se hospedarán, de los centros de diversión es de 419 turistas, de los centros de distracción es de 2129 turistas y de los lugares de alimentación es de 2999 turistas que se alimentarán.

Entre las conclusiones más importantes tenemos:

- ✓ El promedio de consumo diario de cada turista es de \$ 13,83 dólares

- ✓ Los turistas que visitan el cantón son de clase media, y el tipo de turismo que se puede realizar en el cantón Centinela del Cóndor, es el ecoturismo, ya que el cantón posee una gran biodiversidad de flora y fauna y el turismo cultural, en las etnias Shuar y Saraguro.
- ✓ El costo total para cumplir con las estrategias de publicidad es de \$ 9460 dólares.

2.2 Summarizes in English.

The present investigative work has as objective to establish a proposal to foment the tourism in the Canton Sentry of the Condor, of Zamora's county Chinchipe, the same one that will allow the economic, social, political, and cultural development, to create work sources in benefit of the society, allowing a development for the canton, county and country.

For that which has thought about the topic: I "STUDY OF MARKET OF THE TOURIST SECTOR IN THE CANTON SENTRY OF THE CONDOR, COUNTY DE ZAMORA CHINCHIPE",

In the methodology, it was identified the tourists that enter to the canton Sentry of the Condor, because a historical registration of the place of the tourists' origin doesn't exist, you traveled the weekends, to be the days that bigger concurrence of tourists exists in the canton. The survey was applied in the places where the tourists were like: in the hotels, in the center recreacional Beaches of Zumbi, central park, offices of cooperative Loja and Nambija, and to the owners of the tourist offer, to which you proceeds to apply the interview.

The Canton Sentry of the Condor, it is located in the center of Zamora's county Chinchipe, in this place he/she is a great flora biodiversity and fauna, customs and traditions, with cultural high historical value, what allows the development of the cultural and natural tourism.

In the results it was determined that 4,69% of the revenues is generated by the tourism, the access of the population to the fixed telephony is of 49,93%, to internet it consents 0,69%, of the population, 89,69% of the roads is in not well state because they are affirmed with material of the river and quarry and they don't receive an appropriate maintenance.

27,92% of the tourists that enter to the canton is of masculine gender and its civil state is single, 74,62% of the tourists comes from the counties of Loja and the Gold, the average of each tourist's consumption newspaper is of \$ 13,83 dollars

The real hotel demand belongs to 908 tourists that stay a year, of the centers of amusement it is of 391, of the centers of distraction it belongs to 1982 tourists and of the feeding places it belongs to 2793 tourists that feed in the year.

The potential demand for the year 2012 of the hotels belong to 975 tourists that will stay, of the centers of amusement it belongs to 419 tourists, of the centers of distraction it belongs to 2129 tourists and of the feeding places it belongs to 2999 tourists that will feed.

Among the most important conclusions we have:

- ✓ The average of each tourist's consumption newspaper is of \$ 13,83 dollars
- ✓ The class of tourists that you/they visit the canton is bourgeois, and the type of tourism that can be carried out in the canton Sentry of the

Condor, is the ecoturismo, since the canton possesses a great flora biodiversity and fauna and the cultural tourism, in the ethnoses Shuar and Saraguro.

The total cost to fulfill the strategies of publicity is of \$ 9460 dollars.

INTRODUCCIÓN

3. INTRODUCCIÓN

Durante la última década, el turismo ha sido el único sector donde los países pobres han tenido consistentemente un superávit de cuenta comercial. El turismo también ha sido una fuente importante de empleo para las zonas más remotas de los países.

El Ecuador posee innumerables zonas de gran atractivo turístico que se destacan por su variada cultura y gran biodiversidad, entre estas, la sierra centro y la Amazonía, las cuales presentan una gran riqueza.

La provincia de Zamora Chinchipe en la cual se encuentra ubicado el cantón Centinela del Cóndor tiene un gran potencial turístico debido a la gran cantidad de atractivos naturales y culturales que posee, a su relieve y a su estratégica ubicación dentro de la Amazonía.

Dispone de una gran variedad de especies vivientes, cordilleras, planicies, zonas selváticas, ríos y cascadas. Además, existen etnias y culturas; la Shuar y Saraguro con lenguas distintas, con costumbres y tradiciones propias, con flora y fauna inigualable, las dos etnias tienen un equivalente al 8,5% de la población provincial, el resto de población es mayoritariamente mestiza.

El desarrollo del turismo en el cantón Centinela del Cóndor avanza de una forma rápida, por los distintos atractivos naturales como el Cerro Solitario, Laguna Natural Tuntiak, Cascada San Francisco, entre muchos otros, sus costumbres, tradiciones han permitido que el turismo crezca, aunque con

muchos obstáculos por la falta de recursos económicos que permitan mejorar el turismo en el sector.

Debido a la falta de información y al desconocimiento de la demanda y oferta de los servicios turísticos en el cantón Centinela del Cóndor, se desarrolla el siguiente estudio de mercado el cual es una herramienta de vital importancia para la toma correcta de decisiones, solución de los problemas y aprovechamiento de las oportunidades de marketing, ya que con el mismo se puede aprovechar al máximo la información obtenida mediante la aplicación de la encuesta a los turistas que visitan el cantón y de la entrevista aplicada a los propietarios de hoteles, restaurantes, centros de diversión y distracción.

En los referentes teóricos se ha tomado como base, las más recientes investigaciones realizadas en la Carrera de Administración de empresas y de turismo.

En la metodología, se identificó a los turistas que ingresan al cantón Centinela del Cóndor, debido a que no existe un registro histórico del lugar de procedencia de los turistas, se viajó los fines de semana, por ser los días que existe mayor concurrencia de turistas en el cantón. La encuesta fue aplicada en los lugares donde se encontraban los turistas como: en los hoteles, en el centro recreacional Playas de Zumbi, parque central, oficinas de la cooperativa Loja y Nambija, y a los dueños de la oferta turística, a los cuales se procede a aplicar la entrevista.

En los resultados se determinó que el 4,69 % de los ingresos es generado por el turismo, el acceso de la población a la telefonía fija es del 49,93%, al internet accede el 0,69%, de la población, el 89,69% de las vías se encuentran en mal estado debido a que son afirmadas con material del río y cantera y no reciben un mantenimiento adecuado.

El 27,92% de los turistas que ingresan al cantón son de género masculino y su estado civil es soltero, el 74,62% de los turistas provienen de las provincias de Loja y el Oro, el promedio de consumo diario de cada turista es de \$ 13,83 dólares

La demanda real hotelera es de 908 turistas que se hospedan al año, de los centros de diversión es de 391, de los centros de distracción es de 1982 turistas y de los lugares de alimentación es de 2793 turistas que se alimentan en el año.

La demanda potencial para el año 2012 de los hoteles es de 975 turistas que se hospedarán, de los centros de diversión es de 419 turistas, de los centros de distracción es de 2129 turistas y de los lugares de alimentación es de 2999 turistas que se alimentarán.

Entre las conclusiones más importantes tenemos:

- ✓ El promedio de consumo diario de cada turista es de \$ 13,83 dólares
- ✓ Los turistas que visitan el cantón son de clase media, y el tipo de turismo que se puede realizar en el cantón Centinela del Cóndor, es el

ecoturismo, ya que el cantón posee una gran biodiversidad de flora y fauna y el turismo cultural, en las etnias Shuar y Saraguro.

- ✓ El costo total para cumplir con las estrategias de publicidad es de \$ 9460 dólares.

REVISIÓN DE LITERATURA

4. REVISIÓN DE LITERATURA

4.1 ESTUDIO DE MERCADO

Comprende la identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionada con la identificación y la solución de los problemas y las oportunidades de marketing.¹

4.1.1 PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.

Se considera el proceso de investigación de mercados como una sucesión de seis etapas.

4.1.1.1 Etapa 1. Definición del Problema.

La primera etapa de cualquier proyecto de investigación de mercados es la definición del problema. Para ello, el investigador debe considerar la finalidad del estudio, la información básica pertinente, la información que hace falta y utilizarán el estudio quienes toman las decisiones. La definición del problema comprende el análisis con los que deciden, entrevistas con expertos del ramo, análisis de datos secundarios, y quizás alguna investigación cualitativa, como la que se realiza mediante grupos de enfoque. Ya que el problema está bien definido, es posible diseñar y ejecutar de manera correcta la investigación.

¹ MALHOTRA, NARESH K. Investigación de Mercados, Cuarta Edición, editorial Pearson Educación, México 2004, Pág. 7, 9, 10 y 11

4.1.1.2 Etapa 2. Elaboración de un Método para Resolver el Problema.

La elaboración de un método para el problema incluye la formulación de un marco teórico u objetivo; modelos analíticos, preguntas de investigación e hipótesis, y determinar qué información se necesita. Este proceso está guiado por conversaciones con los directivos de la empresa y con expertos del ramo, análisis de datos secundarios, investigación cualitativa y consideraciones pragmáticas.

4.1.1.3 Etapa 3. Elaboración del Diseño de la Investigación.

Un diseño de investigación es un marco general o plan para realizar el proyecto de investigación de mercados. Ahí se detallan los procedimientos para la obtención de la información necesaria y su propósito es el diseño de un estudio en el que se ponga a prueba las hipótesis que interesan, se determinen las respuestas posibles a las preguntas de investigación y se produzca la información que se necesita para tomar decisiones. También forman parte del diseño la ejecución de investigaciones exploratorias, la definición de las variables y la preparación de las escalas convenientes para medir estas variables. Debe abordarse el tema sobre cómo obtener los datos de los entrevistados (por ejemplo, mediante una encuesta o un experimento). También es necesario preparar un cuestionario y un plan de muestreo para elegir a los

sujetos del estudio. En términos más formales elaborar el diseño de la investigación implica los pasos siguientes:

1. Definición de la investigación necesaria.
2. Análisis de datos secundarios.
3. Investigación cualitativa.
4. Métodos para el acopio de datos cuantitativos (encuesta, observación y experimentación).
5. Procedimientos de medición y preparación de escalas.
6. Redacción del cuestionario.
7. Muestreo y tamaño de la muestra.
8. Plan para el análisis de datos.

4.1.1.4 Etapa 4. Trabajo de Campo o Acopio de Datos.

El acopio de datos comprende un equipo de campo o personal que opera ya en el campo, como en el caso de las entrevistas personales (domiciliarias, en centros comerciales o asistidas por computadora), telefónicamente desde una oficina (libre y asistida por computadora), por correo (correo ordinario, y encuestas en grupos de correo en hogares preseleccionadas) o electrónicamente (correo electrónico o internet). La buena selección, capacitación, supervisión y evaluación del equipo de campo reduce al mínimo los errores en el acopio de datos.

4.1.1.5 Etapa 5. Preparación y Análisis de Datos.

La preparación de datos consiste en su revisión, codificación, transcripción y verificación. Cada cuestionario o forma de observación se examina, revisa y, si es necesario, se corrige. Se asignan códigos numéricos o de literales para representar cada respuesta a cada pregunta. Los datos del cuestionario se transcriben o capturan en cintas o discos magnéticos o se alimentan directamente en la computadora. Los datos se analizan para deducir información relacionada con los componentes del problema de investigación de mercados, y así aportar al problema de decisión administrativa.

6.1.1.6 Etapa 6. Preparación y Presentación del Informe.

Todo el proyecto se debe comprobar en un informe escrito en el que se aborden las preguntas específicas de la investigación y se describan el método y el diseño, así como los procedimientos de acopio y análisis de los datos que se hayan adoptado; además, se exponen los resultados y los principales descubrimientos. Los resultados se deben presentar en un formato comprensible, para que la administración los aproveche de inmediato en el proceso de la toma de decisiones. Asimismo, se hace una presentación oral ante la administración con el uso de cuadros figuras y gráficos para mejorar la claridad y el impacto.

4.2 Diagnóstico Turístico.

Es la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y la demanda turística en el destino, desde un enfoque físico territorial indica que el diagnóstico consiste en el análisis de los componentes básicos de la estructura turística, oferta y demanda del uso y estructura del territorio, así como del medio ambiente del sitio a estudiar.²

4.2.1 Pasos para realizar un Diagnóstico.

4.2.1.1 Tendencias del turismo

Consiste en identificar los ingresos generados por el turismo, determinar el número de turistas nacionales y extranjeros, identificar las principales actividades que prefieren los mismos, determinar el número de empresas turísticas del país, región a sector, el acceso a las vías de comunicación.

4.2.1.2 Identificar los Atractivos

Consiste en identificar claramente, tipo de atractivo natural que existe en el país, región y sector a estudiar.

4.2.1.3 Demanda turística

Paul Bowles (1949) define al turista: “la diferencia entre un turista y un viajero es que mientras el primero piensa en regresar desde el mismo

² VERA Fernando (1997): Análisis Territorial del Turismo: Ordenación, planificación y gestión del territorio turístico. Barcelona: Ariel.

momento de su llegada, el viajero puede no regresar nunca”. Turistas, viajeros y visitantes forman la demanda turística.

4.2.1.4 Periodicidad y frecuencia de la visita turística: Es decir, cuándo (todos los días o fines de semana) y cada cuánto tiempo vienen los visitantes (feriados, temporadas o estaciones, visitas permanentes o esporádicas).

4.2.1.6 Forma de viaje

Si la demanda viaja de manera independiente o hace uso de agentes u operadores de viaje.

4.2.1.7 Motivos de visita y tiempo de estadía

Con la finalidad de identificar intereses así como diferenciar turistas de excursionistas.

4.2.1.8 Gasto promedio

Promedio de gasto diario por el uso de servicios turísticos.

4.2.1.10 LA OFERTA TURÍSTICA

Se trata del conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo. En un destino turístico, la oferta puesta a disposición de la demanda constituya algo más que la simple suma de los productos turísticos que contiene, representa un todo integrado por estos productos,

los servicios netamente turísticos y los no turísticos, la imagen general del destino, etc. Hay que tener en cuenta que la oferta turística puede recibir uso no turístico por parte de los residentes.

En la oferta turística se identifica en tipo de Turismo, y los servicios turísticos que encontramos en la comunidad o destino. Dentro de los servicios se identifica alojamiento (hoteles, hostales, hosterías, pensiones, hospederías comunitarias); alimentación (restaurantes, cafeterías, fuentes de soda, bares); diversión (discotecas, cines, teatros, instalaciones deportivas) y otros servicios de apoyo al turismo (agencias de viaje, operadoras, oficinas de información turística, bancos).

4.3 DEMANDA

La demanda se define como la cantidad que están dispuestos a comprar los consumidores de un determinado producto o servicios, considerando un precio y en un determinado periodo³

4.3.1 Tipos de demanda

4.3.1.1 Demanda efectiva

Cantidad de bienes y servicios de un país, que las economías domésticas y las empresas del mismo país están dispuestas a comprar y tienen medios para hacerlo.⁴

³ CASADO DÍAS ANA BELÉN, SELLERS RUBIO RICARDO. Introducción al Marketing, Editorial Club Universitario, Pág. 102

4.3.1.2 Demanda Satisfecha

Es la demanda en la cual el público ha logrado acceder al producto y/o servicio y además está satisfecho con él, por ejemplo alguna vez hemos consumido una hamburguesa y al final que hemos dicho que bien que está (bueno esta es una demanda satisfecha porque quedaste conforme y a la vez accedisteis al producto)

4.3.1.3 Demanda Insatisfecha

Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él, por ejemplo alguna vez hemos comprado una hoja de afeitar y al momento de utilizarla pareciera que hubiese sido reciclado y por consiguiente nos hemos sentido estafados.

4.3.1.4 Demanda Potencial

Es la demanda futura, en la cual no es efectiva en el presente, pero que en algunas semanas, meses o años será real, por ejemplo, para los que ofrecen pañales descartables, las mujeres embarazadas constituyen una demanda potencial (por el niño que está por venir)

4.4 Oferta

Para **Laura Fisher y Jorge Espejo**, autores del libro "Mercadotecnia", la **oferta** se refiere a *"las cantidades de un producto que los productores*

⁴ GRECO ORLANDO. Diccionario de Economía, Editorial Valletta Ediciones 2009. Pág. 177

están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado."

Complementando ésta definición, ambos autores indican que la **ley de la oferta** *"son las cantidades de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado, las cuales, tienden a variar en relación directa con el movimiento del precio, esto es, si el precio baja, la oferta baja, y ésta aumenta si el precio aumenta"*⁵

4.4.1 Capacidad instalada

Está relacionada con la localización de la planta. No hay que olvidar que la capacidad depende de la demanda y que esta puede ser fuertemente influida por la localización.⁶

4.4.2 Capacidad Utilizada.

Es la fracción de la capacidad instalada que se está utilizando. En la medida en que se pueda penetrar al mercado y se mejore la eficiencia empresarial, se irá aumentando la capacidad utilizada hasta llegar al tope dado por la capacidad instalada. Por otra parte el diseño técnico podrá permitir, si las circunstancias lo ameritan, una utilización temporal de las instalaciones o equipos por encima de la capacidad instalada, o por el contrario un empleo fraccionario del mismo.⁷

⁵ Fischer Laura y Espejo Jorge, Mercadotecnia, Tercera Edición, Mc Graw Hill, Pág. 243
⁶HUERTAS GARCÍA Rubén, DOMÍNGUEZ GALCERÁN Rosa. Decisiones Estratégicas Para La Dirección De Operaciones En Empresas De Servicios Editorial Gráficas Rey. S.I. año 2008 Pág. 174

⁷ MIRANDA MIRANDA, Juan José. Gestión de Proyectos: Identificación, Formulación, Evaluación Financiera, Económica, Social, Ambiental, Quinta Edición, Editora Guadalupe Ltda. Bogotá 2005, Pág. 119

4.5 TURISMO

Organización Mundial del Turismo define al turismo como: “El turismo comprende conjuntamente el desplazamiento y las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias, así como las relaciones que surgen en ellos; en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros.”⁸

4.5.1 Tipos de turismo

Los principales tipos de turismo varían en función de las actividades a realizar y del lugar donde se lleven a cabo. Algunos de ellos son:⁹

4.5.1.1 Turismo de sol y playa: es el turismo por excelencia y el más masificado. En España se realiza principalmente en la temporada estival, aunque existen destinos soleados durante todo el año.

4.5.1.2 Turismo cultural: es aquel que tiene como motivación el acercamiento al patrimonio del lugar visitado. Tiene como fin conocer las ciudades, museos y monumentos que tengan valor histórico y/o artístico.

4.5.1.3 Turismo rural: se realiza en pequeñas localidades rurales en las que es posible el contacto con la naturaleza. La paz del campo, la flora, la fauna y la belleza de los paisajes son sus grandes atractivos.

⁸ CROSBY ARTURO, Desarrollo y Gestión del Turismo en Áreas Naturales, Primera Edición, Pág. 14

⁹ QUEZADA CASTRO RENATO. Elementos del Turismo, Primera Edición, editorial Universal Estatal a Distancia, Pág. 101 a 107

4.5.1.4 Ecoturismo: se caracteriza por visitar destinos en los que el principal encanto es la naturaleza. En este turismo destacan los parques nacionales, parajes y reservas naturales.

4.5.1.5 Turismo de salud: está destinado a todos aquellos que deciden viajar para tratar alguna dolencia o para relajarse. Existen distintos tratamientos, como por ejemplo los termales. También existen espacios naturales con propiedades terapéuticas.

4.5.1.6 Turismo deportivo y de aventura: tiene como objetivo principal practicar alguna actividad vinculada al deporte.

4.5.1.7 Turismo gastronómico: se trata de un tipo de turismo en el que los protagonistas son la comida y bebida típicas de un país o de una región. En toda Europa existen numerosas rutas y fiestas gastronómicas.

4.5.1.8 Turismo de ayuda humanitaria: está destinado a las personas que viajan con la intención de colaborar en proyectos sociales o con organizaciones no gubernamentales. Suelen ser viajes a países pobres, del tercer mundo o en vías de desarrollo.

4.5.1.9 Los cruceros: son una fórmula de vacaciones muy completa, porque ofrecen la posibilidad de visitar varios lugares en un periodo corto de tiempo a bordo de un hotel flotante. Generalmente, son viajes muy programados.

4.5.2 EL TURISTA

Se denomina turista a aquella persona que se desplaza fuera del entorno habitual por un periodo de tiempo determinado.¹⁰

4.5.2.1 Clases de turista

Los turistas se pueden clasificar de la siguiente manera según Renato Castro:¹¹

4.5.2.1.1 Clase Privilegiada: son las personas que por situación política o social disponen de sobrados medios para viajar por el extranjero y dentro del ámbito Nacional, siendo precisamente los pioneros del turismo.

4.5.2.1.1.1 Características

Elevado gasto por día. Estancias o permanencias prolongadas.

Utilización de los servicios guías, intérpretes, etc.

Utilización de los medios de transporte más rápidos.

Ocupación de los hoteles más selectos. Recorridos extensos de cada país.

4.5.2.1.2 Clase Burguesa: son en general personas de la clase media: profesionales, funcionarios o empleados de categoría elevada que suelen

¹⁰ CABARCOS NOVÁS NOELIA. .Promoción y Venta de Servicios Turísticos, Primera Edición, Editorial Ideaspropias. Vigo, 2006, Pág. 4

¹¹ QUEZADA CASTRO RENATO. Elementos del Turismo, Primera Edición, editorial Universal Estatal a Distancia.

disfrutar de cierta soltura económica y poseen un grado considerable de cultura.

4.5.2.1.2.1 Características:

- ✓ Invierten en turismo todos sus ahorros. Utilizan el automóvil propio.
- ✓ Servicios de primera categoría, pero no de lujo. Prefieren viajes a Forfait.
- ✓ Estancias cortas, según la relación del nivel de precios del país visitado.
- ✓ Visita a los lugares turísticos. Viajes en épocas de vacaciones.

4.5.2.1.3 Clase Juvenil: son en su mayor número de estudiantes, que han sido objeto de estudio en algunos países en los cuales se han creado albergues y servicios especiales, rebajas en las tarifas ferroviarias y otras ventajas diversas.

4.5.2.1.3.1 Características:

- ✓ Utilización de medios de transportes económicos.
- ✓ Alojamiento de tiendas de campañas, refugios, posadas y otros.
- ✓ Preferencia por los lugares naturales. Estancias breves en cada punto.
- ✓ Nula utilización de agencias de viajes. Menosprecios por lugares mundanos.
- ✓ Poco gasto por día. Itinerarios largos. No usan guías ni intérpretes.

4.5.2.1.4 Clase Popular: constituida por los trabajadores asalariados, cuya incorporación, la turismo es relativamente reciente, debido fundamentalmente al sistema de vacaciones pagadas.

4.5.2.1.4.1 Características:

- ✓ Es de carácter vacacional. Brevedad de tiempos en los viajes.
- ✓ Especiales ventajas por parte de los gobiernos y compañías ferroviarias.
- ✓ Obtienen contribución de las empresas del Estado y las asociaciones.
- ✓ Creación de alojamientos especiales por las instituciones gubernamentales.
- ✓ Carácter colectivo, estancias en una sola localidad, lugares de descanso.
- ✓ Nula intervención de las agencias de viajes.

4.6 Matriz FODA

El FODA es una herramienta de análisis estratégico, que permite analizar elementos internos o externos de programas y proyectos.

El FODA se representa a través de una matriz de doble entrada, llamada matriz FODA, en la que el nivel horizontal se analizan los factores positivos y los negativos.

En la lectura vertical se analizan los factores internos y por tanto controlables del programa o proyecto y los factores externos, considerados no controlables.

4.6.1 Fortalezas.

Son los recursos y las destrezas que ha adquirido la empresa u organización; aquello en lo que tiene una posición más consistente que la competencia.

4.6.2 Debilidades

Las debilidades se refieren básicamente a desventajas competitivas de la oferta turística, las cuales se presentan cuando no se implementan estrategias generadoras de valor que los competidores sí implementan.

4.6.3 Oportunidades

Son variables que están a la vista de todos pero que, si no son reconocidas a tiempo, significan la pérdida de una ventaja competitiva

4.6.4 Amenazas

Las amenazas están en aquellas áreas donde la empresa encuentra dificultad para alcanzar altos niveles de desempeño.

4.6.5 ESTRATEGIA

Son principios y rutas fundamentales que orientarán el proceso administrativo para alcanzar los objetivos a los que se desea llegar. Una estrategia muestra cómo una institución pretende llegar a esos objetivos. Se pueden distinguir tres tipos de estrategias, de corto, mediano y largo plazos según el horizonte temporal. Término utilizado para identificar las operaciones fundamentales tácticas del aparato económico. Su adaptación a esquemas de planeación obedece a la necesidad de dirigir la conducta adecuada de los agentes económicos, en situaciones diferentes y hasta opuestas. En otras palabras constituye la ruta a seguir por las grandes líneas de acción contenidas en las políticas nacionales para alcanzar los propósitos, objetivos y metas planteados en el corto, mediano y largo plazos.

4.6.6 Estrategias FODA

4.6.1 Estrategia FO: se basa en el uso de fortalezas internas de la organización con el propósito de aprovechar las oportunidades externas. Este tipo de estrategias es el más recomendado. La organización podría partir de sus fortalezas y a través de la utilización de sus capacidades positivas, para aprovecharse del mercado y ofrecer sus bienes y servicios.

4.6.2 Estrategia FA: trata de disminuir al mínimo el impacto de las amenazas del entorno, valiéndose de las fortalezas. Esto no implica que

siempre se deba afrontar las amenazas del entorno de una forma tan directa, ya que a veces puede resultar más problemático para la empresa.

4.6.3 Estrategia DA: tiene como propósito disminuir las debilidades y neutralizar las amenazas, a través de acciones de carácter defensivo. Generalmente este tipo de estrategias se utiliza sólo cuando la organización se encuentra en una posición altamente amenazada y posee muchas debilidades, aquí la estrategia va dirigida a la sobrevivencia.

4.6.4 Estrategia DO: tiene la finalidad de mejorar las debilidades internas, aprovechando las oportunidades externas, una organización a la cual el entorno le brinda ciertas oportunidades, pero no las puede aprovechar por sus debilidades. Se podría invertir recursos para desarrollar el área deficiente y así poder aprovechar la oportunidad.

4.7 Cantón Centinela del Cóndor

CENTINELA DEL CÓNDOR, denominado JARDÍN ECOLÓGICO DE LA AMAZONIA ECUATORIANA, Este cantón fue creado en “HONOR A LOS HÉROES DE PAQUISHA, MAYAICU Y MANCHINAZA” soldados de la guerra de 1981 y también en “HONOR A LOS HÉROES DEL ALTO CENEPA” de 1994 y 1995, mediante registro oficial N°.- 658 del 21 de marzo de 1995 firmado por el Arq. Sixto Duran Ballén en su calidad de PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.

4.7.1 División Política.

El Cantón tiene la siguiente división política: 1 parroquia urbana, 11 barrios urbanos, 32 barrios rurales y 10 caseríos.

4.7.2 Localización Geográfica y límites.

El Cantón Centinela del Cóndor, se encuentra localizado en el centro de la Provincia de Zamora Chinchipe en la Cordillera Oriental, Zona Sub-Andina, a 35 Km. de la ciudad de Zamora entre las coordenadas: Longitud 746270.; Latitud 9569283, con una superficie de 291 Km², , limita al NORTE: Con el Cantón de Yanzatza, al SUR: Con el Cantón Nangaritza, al ESTE: Con el Cantón Paquisha y al OESTE: Con el Cantón Zamora.

4.7.3 Clima.

El Cantón se encuentra a una temperatura promedio anual que oscila entre 18 y 24 °C y precipitaciones medias anuales de 2000-3000 mm, abarcando ecosistemas propios de la zona de vida bosque tropical - húmedo, conformado por vegetación arbórea originaria muy espesa, con cuencas y micro cuencas de gran importancia para nuestra región, razón por la cual posee un clima Cálido – Húmedo.

4.7.4 Demografía.

La población del Cantón es de 6.420 habitantes (Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial), Hombres 40 %, Mujeres 60 %, Niños 45,21 %, Adolescentes 11,26 %, Jóvenes 7 %, Adultos 30,69 %,

Adultos Mayores 5,84%, la misma que está constituida por personas de raza mestiza oriundos en su mayoría de la provincia de Loja los mismos que ocupan el 92,1% de la población total del cantón; personas de la Etnia Shuar, primeros habitantes de la provincia lo mismos que ocupan el 3,40% de la población total del cantón; y gente de la Etnia Saraguro que migraron juntamente con los mestizos a finales del siglo XIX, los mismos que ocupan el 4,50% de la población total del cantón.

La concentración de la población es marcadamente rural, ya que una parte de los habitantes viven en el campo y barrios.

4.7.5 Actividades económicas.

Los habitantes se dedican principalmente a la ganadería (Ganado Bovino, Porcino, Cobayos, Aves y Tilapia), agricultura (Café, Cacao, Plátano, Naranja, Maíz, Yuca, Caña de Azúcar), al empleo público, y los habitantes de las comunidades Shuar y Saraguro a más de realizar estas actividades se dedican a la realización de artesanías.

4.7.6 Biodiversidad del Cantón

4.7.6.1 FLORA:

Entre la flora existente predominan los helechos arbóreos; balsa, guarumo. Su fauna está dada por la variedad de especies identificadas por ejemplo Carpintero, colibrí, Periquito.

Copal, seique, palma huevo o cacho de toro, copal, seique, alcanfor, higueros.

4.7.6.2 FAUNA:

Entre su fauna se encuentra guantas, guatusa, saíno, armadillo.

4.7.6.3 Aves:

Se puede observar una variedad de especies significativas como: Tinamú Gris, Garza Tigre Barreteada, Gavilán Blanco, Halcón Reidor, Pava de Sprix, Pava Curunculada, Pava Ala de Hoz, Corcovado Carirrojo, Paloma Escamosa, Paloma Perdiz Zafiro, Loro Cabeciazul, Trogón Coliblanco Amazónico, Momoto Montañero, Tucán Mandíbula Negra, Carpintero Olividorado, Hormiguerito Flanquiblanco, Ojo de Fuego Dorsiblanco, Mosquerito Adornado, Frutero Pechinegro, Gallo de Peña Andino, Saltarín Alidorado, entre otras.

4.7.7 Turismo

Pese a la abundancia de recursos naturales, con ríos y quebradas, cascadas, la riqueza de su flora y fauna, y las dos culturas existentes, este cantón no ha explotado el turismo, pues EL 100% de la población desconoce por completo el desarrollo de esta actividad, agravado por la

carencia de infraestructura turística en los sitios, además de una incipiente viabilidad, en la que más del 80% se encuentra en mal estado¹².

El cantón Centinela del Cóndor, posee una riqueza natural, con una amplia variedad de fauna y flora nativa es uno de sus principales atractivos. El Paisaje de la selva y las diferentes culturas, a lo que se suma el clima cálido húmedo y agradable, le convierte en una zona de muchos atractivos turísticos. La naturaleza llena todos los espacios de este Cantón y las cascadas están entre los más sobresalientes, como también la biodiversidad cultural.

4.7.7.1 Atractivos turísticos

- ✓ Centro Recreacional Turísticos “Playas de Zumbi”
- ✓ Monumento “Las Tres Etnias”
- ✓ Cascada San Francisco “La Bulliciosa”
- ✓ Cascada “Las Lianas”
- ✓ Cascada “Gallito de la Peña”
- ✓ Cascada “La Rocallosa”
- ✓ Cascada “La Yamala”
- ✓ Laguna Natural de Tuntiak “El Lagarto”

¹² Plan de Desarrollo Estratégico del Cantón Centinela del Cóndor, Pág. 1 y 3

4.7.7.2 Gastronomía Típica

- ✓ Ayampaco
- ✓ Caldo de Corroncho
- ✓ Yamala Azada
- ✓ Chicha de Chonta y Yuca
- ✓ Gastronomía Tradicional
- ✓ Caldo de Gallina Criolla
- ✓ Molido de Plátano Verde
- ✓ Yucas con Queso
- ✓ Miel con Quesillo
- ✓ Vinos de: uva, membrillo, limón, maracuyá, naranjilla y mora.

MATERIALES Y MÉTODOS

5. MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación se la realizó teniendo en cuenta a los turistas que ingresaron al Cantón Centinela del Cóndor, los dueños de los hoteles, restaurantes, centros de diversión y distracción, el Dr. Enner Soto Alcalde del cantón y la Srta. Diana Saavedra, encargada de la Unidad de Turismo.

5.1 Métodos de recolección de datos: para la recolección de la información se tomó en cuenta únicamente a los turistas que se encontraban visitando el Cantón Centinela del Cóndor, los fines de semana, para poder recolectar esta información se viajó 6 veces al cantón.

Por no existir registros históricos de los lugares de procedencia de los turistas, se procedió a aplicar la encuesta a los turistas que se encontraban los fines de semana en los hoteles, en el Centro Recreacional, Playas de Zumbi, Parque Central y en las oficinas de las cooperativas de transporte Loja y Nambija.

También se realizó una entrevista a los dueños de los hoteles, restaurantes, centros de diversión y distracción, para determinar el tipo de servicio que ofrecen.

Para realizar el análisis FODA, se realizó una reunión con el Dr. Enner Soto, y la Srta. Diana Saavedra, los cuales nos dieron a conocer sus puntos de vista acerca de las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, que tiene el cantón.

5.2 Técnicas de recolección de información: se diseñaron dos cuestionarios, uno para los turistas y otro para los dueños de la oferta turística; y una guía de observación; los cuestionarios para los turistas fueron realizados mediante entrevista individual y de igual forma para los dueños de la oferta turística.

5.3 Fuentes de información:

5.3.1 Primarias: constituyen los turistas que se encontraban visitando el cantón Centinela del Cóndor, los dueños de la oferta turística, a los cuales se les aplicó la encuesta y entrevistas, según sea el caso, el Dr. Enner Soto, alcalde del cantón y la Srta. Diana Saavedra, encargada de la Unidad de Turismo, con los cuales se realizó una reunión, para conocer las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que tiene el cantón.

5.3.2 Secundarias: se tomó como referencia las investigaciones de mercado, hechas en la Carrera de Administración de Empresas, se consultó la bibliografía existente en la biblioteca del Área Jurídica, Social y Administrativa, la base de datos Científica de la Universidad, el Ministerio de Turismo del Ecuador, la Agenda zonal del Buen Vivir de la Zona 7, la Unidad de Gestión Territorial de Zamora Chinchipe, y el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

5.4 Los cuestionarios

Para la elaboración de las preguntas se tomó como base los objetivos planteados en la investigación.

Una vez elaborados los cuestionarios se sometieron a la revisión de la directora de tesis la Ing. Gretty Salinas.

5.5 Tamaño de la Muestra:

5.5.1 Demandantes

De acuerdo a los datos del Ministerio de Turismo del Ecuador el número de turistas que ingresaron a la provincia de Zamora Chinchipe en el año 2010 es de 12.176 turistas entre nacionales y extranjeros. De los cuales 3848 ingresan al cantón Centinela del Cóndor.

Debido a la cantidad de turistas que ingresaron al cantón, sobrepasa el número de la población finita, se tomó una muestra de esta población.

Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la siguiente fórmula.

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

Simbología:

n= Tamaño de la Muestra

Z= Nivel de Confianza

p= Probabilidad de que el evento Ocurra

q= Probabilidad de que el evento no Ocurra

N= Tamaño de la Población

e= Margen de error del 5%= 0.05

$$\begin{aligned}n &= \frac{Z^2 pqN}{e^2 (N - 1) + Z^2 pq} \\ &= \frac{1,96^2(0,5)(0,5)3848}{(0,05)^2(3848 - 1) + 1,96^2(0,5)(0,5)} \\ &= \frac{3696}{9,37} \\ &= 394 \text{ encuestas.}\end{aligned}$$

El número de encuestas que se aplicó a los turistas fue de 394, cabe recalcar que estas encuestas se les aplicó únicamente a los turistas que estuvieron visitando el cantón, ya que el estudio se enfoca directamente en conocer cuál es número real de turistas que ingresan al lugar

5.4.2 Ofertantes

Para la operatividad de la entrevista, se trabajó en base a los datos obtenidos en el Municipio del cantón Centinela del Cóndor.

La entrevista se aplicó a los 20 establecimientos de la oferta turística los cuales son:

Cuadro # 1

ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO	PROPIETARIO
Hotel Ecuamérica	Sr. Patricio Camacho
Hotel Imperial	Sra. Regina Jiménez
Hotel Noche Mía	Sr. Rommel Gonzáles
Pensión Primavera	Sra. Teodolfin Merino
ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y RECREACIÓN.	PROPIETARIO
Restaurante (sin nombre)	Sra. Felicia Paz
Restaurante Caribe	Sra. Sandra Carpio
Restaurant ANSHOESMI	Sra. Estela Guerrero
Restaurante Playas de Zumbi	Sr. Carlos Guamán
Restaurante Yolita	Sra. Fanny Benítez
Restaurante Comedor Carlita	Sra. Rosa Pintado
Restaurante Keit	Sr. Hugo Granda
Asadero D´Panch Chiken	Sra. Rocío Quezada
Asadero Rey Pollo	Sra. Rosa Sambrano
Bar – Karaoke Acuario’s	Sr. Darío Medina
Bar Kadis	Sr. Vicente Rivera Bao
Barra – Bar la Choza	Sr. Carlos Soto
Bar- Asadero “brisas del Zamora”	Sr. Luis Soto
Bar – Discoteca Playas de Zumbi	Sr. Carlos Guamán
Bar – Restaurante Balcón de Benito	Sr. Bladimir Jiménez
Centro Recreacional Municipal “Playas de Zumbi”	Gobierno Municipal
Fuente: Investigación de Mercado	
Elaboración: Mercy Carrillo y Maricela Yaguana	

RESULTADOS

6. RESULTADOS

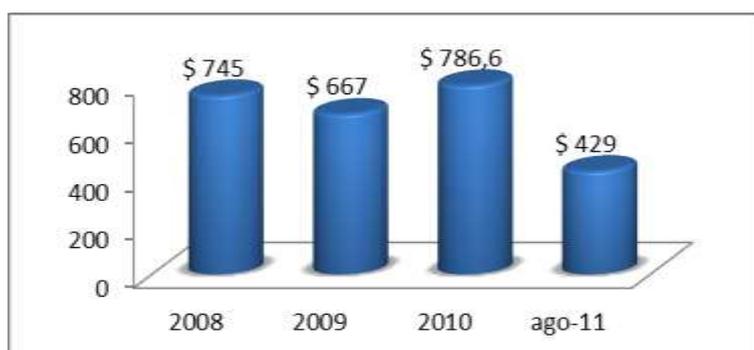
6.1 DIAGNÓSTICO DEL SECTOR TURÍSTICO DEL CANTÓN CENTINELA DEL CÓNDOR

6.1.1 TENDENCIAS DEL TURISMO A NIVEL NACIONAL

Ecuador tiene el potencial para ser el país número uno, en turismo y ecoturismo en el mundo; ya que es el país más mega biodiverso del planeta, cuenta con la mayor biodiversidad por unidad de superficie a escala mundial. Esta mega biodiversidad se expresa en la variedad de atractivos naturales y culturales, ubicados en sus cuatro regiones turísticas: Galápagos, Costa, Andes, Amazonía, esta diversidad 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 más de 14 millones de habitantes.

6.1.1.1 Ingresos generados por el turismo en el Ecuador

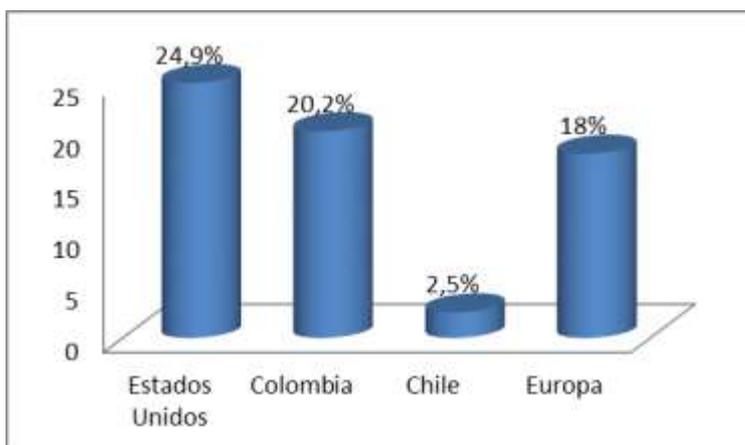
Gráfico # 1



Los ingresos que el turismo generó en el año 2008, llegaron a los \$745 millones de dólares, en el 2009 se calcularon en \$667 millones de dólares, a pesar de la crisis financiera internacional; para del año 2010, el ingreso por concepto de turismo llegó 786,6 millones de dólares, y hasta Agosto del 2011 se registró un ingreso de 429 millones de dólares esto se generó por el movimiento de turistas nacionales y extranjeros.

6.1.1.2 Llegada de turistas Extranjeros al Ecuador 2010 - 2011 (primer semestre)

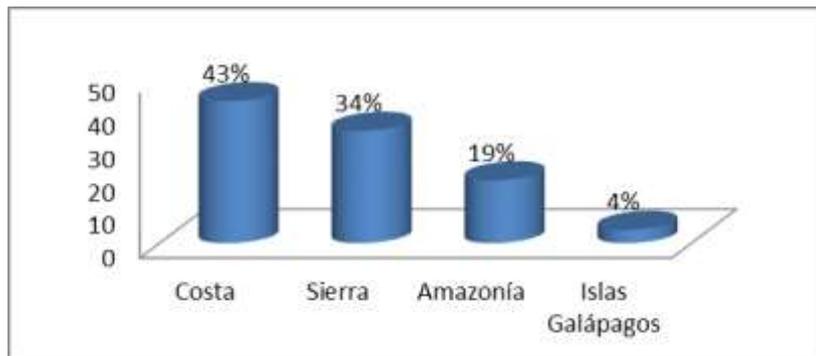
Gráfico # 2



Los turistas que ingresaron al Ecuador en el año 2010 y primer semestre del año 2011 provienen de: el 24,9 % de Estados Unidos, el 20,2% de Colombia, el 2,5% de Chile y el 18% de los países de Europa, siendo la mayor parte de los turistas originarios de Estados Unidos.

6.1.1.3 Movimiento de turistas internos en el Ecuador, por preferencia de Regiones en el año 2010 – 2011 (primer semestre).

Gráfico # 3



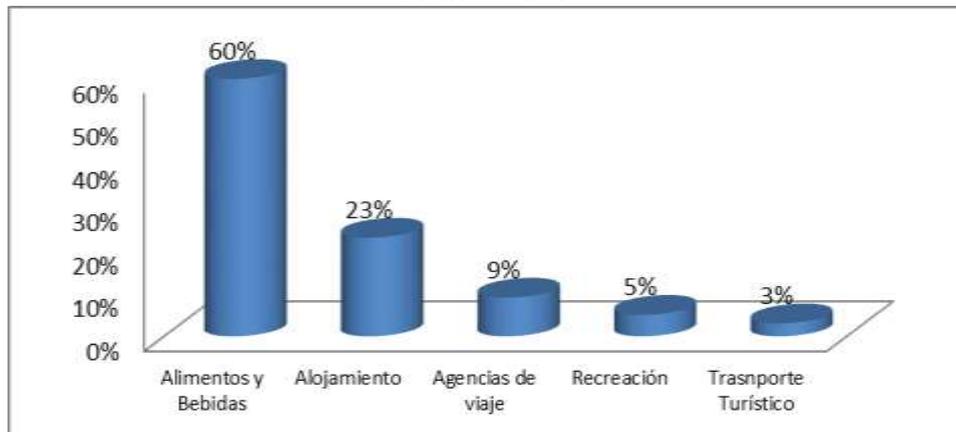
El turismo interno en el Ecuador en el año 2010 y primer semestre del 2011, movilizó al 43% de los turistas internos a la región costa; el 34% de los turistas escogieron como destino turístico la región sierra, el 19 la Amazonía, y, el 4% las Islas Galápagos.

Las actividades preferidas por los turistas Nacionales y Extranjeros son:

- Observación de la flora y fauna
- Disfrutar de la naturaleza
- Realizar caminatas
- Visitar sitios arqueológicos
- Ir de compras

6.1.1.4 Establecimientos turísticos registrados en el Ecuador

Gráfico # 4



En el Ecuador, actualmente se encuentran registrados 15.700 establecimientos turísticos, en donde el 60% son empresas de alimentos y bebidas, el 23% son de alojamiento, el 9% agencias de Viaje, el 5% empresas de recreación y el 3% son empresas de transporte, en donde laboran 84.668 personas (38.743 de ellas mujeres) destacándose la importancia de la actividad turística como generadora de empleo.

6.1.1.5 DESTINOS DEL ECUADOR DONDE SE PUEDE REALIZAR ECOTURISMO (Turismo Ecológico)

- ✓ Islas Galápagos, Patrimonio Natural de la Humanidad
- ✓ Parque Nacional Yasuní, Reserva Internacional de Biosfera.
- ✓ Reserva de Producción Faunística Cuyabeno, la Amazonía Lacustre.
- ✓ Parque Nacional Sangay, Patrimonio Natural de la Humanidad, 10 ecosistemas en la Amazonía Andina.
- ✓ Parque Nacional Cotopaxi, junto al volcán que enamora.

- ✓ Napo Wildlife Center, el nuevo modelo para la conservación.
- ✓ Reserva Ecológica Kapawi, el ecolodge y reserva natural.
- ✓ Bosque Nublado de Mindo Nambillo, el área con mayor diversidad del mundo.
- ✓ Ruta de Orellana, el descubrimiento del Amazonas.
- ✓ Bosque Petrificado de Puyango, primer puesto mundial en diversidad de aves.
- ✓ Parque Nacional Podocarpus.
- ✓ Reserva Ecológica Antisana, corredor ecológico, zona caliente de biodiversidad.
- ✓ Reserva Ecológica Cotacachi - Cayapas, los manglares más altos del mundo.
- ✓ Parque Nacional Cajas, complejo lacustre.
- ✓ Reserva Ecológica El Ángel, esponja de agua del Ecuador.
- ✓ Reserva Ecológica de Limoncocha.
- ✓ Reserva Ecológica Cayambe-Coca, diversidad vegetal y animal del Ecuador.
- ✓ Reserva de Producción Faunística Chimborazo, hacia la admiración del coloso Chimborazo.
- ✓ Parque Nacional Llanganates, tras la leyenda del tesoro inca.

6.1.2 TENDENCIAS DEL TURISMO A NIVEL DE LA REGIÓN 7

La Zona 7 es la más pequeña del país, en cuanto a geografía, pero la más biodiversa lo cual se convierte en una ventaja para el desarrollo del ecoturismo local: aquí se localizan los valores más altos de diversidad de especies y de endemismo a nivel nacional; se encuentran casi todos los ecosistemas del Ecuador: áreas insulares y marino-costeras, manglares, bosques secos, bosques húmedos del Pacífico, bosques húmedos de montaña, páramos, bosques húmedos de la Amazonía, bosques de mesetas de arenisca (cordillera del Cóndor) y ecosistemas seminaturales, como los policultivos tradicionales y ancestrales (bosques de café y ajas shuar). Se estima que habitan en la Zona alrededor de 8.000 especies de plantas, con las tasas más altas de endemismo botánico en áreas protegidas de la zona, más de 1.000 especies de aves y el 1/3 de los mamíferos registrados en el país. En solamente 1.000 hectáreas de bosque de montaña se han registrado 1.200 especies de mariposas nocturnas.¹³

¹³ TORRES PAZ, Marcelo Vinicio. Zona de planificación 7, provincias de El Oro, Loja, y Zamora Chinchipe 2010, editorial, Monsalve Moreno.

61.2.1 Vías de comunicación terrestre de la zona 7

Gráfico # 5



En la zona 7 existen 1504 kilómetros de vías de primer orden las cuales tienen un tendido vial de concreto rígido y tienen la adecuada señalización de tránsito; 237 kilómetros son vías de segundo orden, su tendido vial es de asfalto rígido (brea, adoquín); 2165 kilómetros de vías de tercer orden, el tendido vial es el lastre y 26117 kilómetros son vías de cuarto orden, no tienen tendido vial y la mayoría de estas vías no reciben un mantenimiento adecuado

6.1.2.2 Vías de comunicación aéreas

La Zona 7 tiene dos aeropuertos de conexión nacional, uno de ellos con perspectiva de convertirse en internacional. También operan helipuertos y pistas para el aterrizaje eventual de avionetas en Zamora, Yanzatza y Macará. Las conexiones nacionales aéreas son en las rutas Loja-Quito-Loja, Loja-Guayaquil Loja y Santa Rosa-Quito-Santa Rosa.

6.1.2.3 Lugares turísticos de la zona 7

Loja

- ✓ El valle sagrado de Vilcabamba
- ✓ La parroquia El Cisne
- ✓ EL Camino del Inca
- ✓ Las ruinas de Quinara

El Oro

- ✓ Archipiélago de Jambelí.
- ✓ Bosques protectores Buenaventura, Ducay, Arenillas
- ✓ Bosque Petrificado de Puyango, ubicado entre las provincias de Loja y El Oro, con árboles petrificados, fósiles de insectos y formas de moluscos petrificados.

Zamora Chinchipe:

- ✓ El parque nacional Podocarpus
- ✓ Valle de las Luciérnagas (Yantzaza)
- ✓ El Zarza (refugio de vida silvestre)
- ✓ Parque Yacury (Palanda)
- ✓ Laberinto Mil Ilusiones (Nangaritza)
- ✓ Cueva de los Tayos (Nangaritza)
- ✓ Río Bombuscaro
- ✓ El Reloj Más Grande Del Mundo

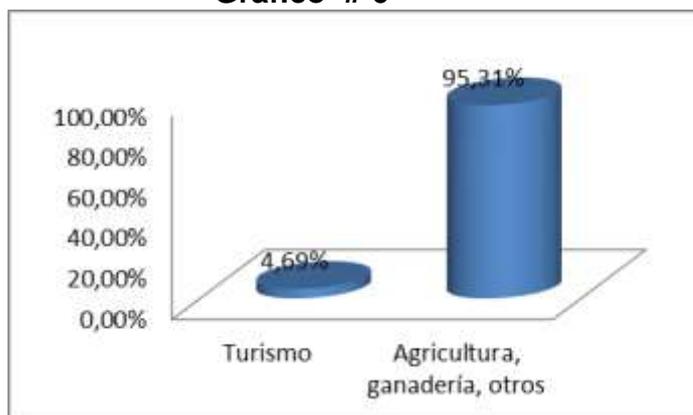
- ✓ Cascada La Rosa
- ✓ Cascada Velo De Novia
- ✓ Cascada Chorrillos
- ✓ Cascada La Chismosa
- ✓ Cascada La Poderosa
- ✓ Cascada El Aventurero
- ✓ Cascada San Antonio De Guadalupe
- ✓ Plaza Cívica “Daniel Martínez”
- ✓ Monumento A Naya O La Chapetona
- ✓ Comunidades Shuar
- ✓ Refugio Ecológico Tzanka
- ✓ El Puente La Saquea
- ✓ Cascada El Destrozo
- ✓ Lagunas del Compadre

6.1.3 Turismo en el cantón Centinela del Cóndor

En la provincia de Zamora Chinchipe, se encuentra el Jardín Ecológico de la Amazonía, el cual no se encuentra en el inventario turístico de la provincia de Zamora, pero debido a sus hermosos escenarios naturales, su grandeza cultural y ancestral, la calidez y amabilidad de su gente, la gran biodiversidad de flora y fauna nativa del lugar, Centinela del Cóndor, es un sitio ideal, para realizar turismo cultural y ecológico (ecoturismo).

6.1.3.1 Ingresos económicos generados por el turismo al cantón en el año 2010

Gráfico # 6



El turismo en el cantón Centinela del Cóndor es una actividad que no está siendo correctamente explotada, debido a la falta de conocimiento de los habitantes del lugar, la inadecuada infraestructura turística y la incipiente vialidad del cantón, en el año 2010 el ingreso total por concepto de turismo fue del 4,69%, y el 95,31% fue generado por la agricultura, ganadería, y otras actividades que realizan los habitantes del cantón.

6.1.3.2 Medios de transporte del cantón Centinela del Cóndor

Cooperativas de Transporte

- Cooperativa de Transporte Loja
- Cooperativa de Transporte Mixto Río Zamora
- Cooperativa de Transporte Unión Cariamanga
- Cooperativa de Transporte Unión Yantzaza
- Cooperativa de Transporte Viajeros

- Cooperativa de Transporte Zamora Chinchipe
- Cooperativa de Transporte Nambija

Cooperativas de Taxis

- ☉ Compañía de Taxis, Trans diamante S.A. Centinela del Cóndor-Zumbi
- ☉ Compañía de taxis, “Taxi Ejecutivo”

6.1.3.3 Servicio de Energía Eléctrica

La dotación de energía eléctrica está ligada estrechamente al progreso del pueblo y por ende a la calidad de vida de la población. En el cantón el 90,11 % de la población tiene acceso a la energía eléctrica, tanto en el área urbana como rural, el alumbrado público únicamente cubre el 12% del cantón.

6.1.3.4 Telecomunicaciones

Las telecomunicaciones significan para el cantón comunicación, actualización, y en definitiva progreso para la población involucrada.

6.1.3.4.1 Telefonía Fija

En el cantón, el acceso a la telefonía fija tanto en el área urbana como rural cubre a 647 familias que representa el 49,93% de la población.

6.1.3.4.2 Internet

Es un medio de comunicación que ha facilitado, las relaciones comerciales, la comunicación, ha mejorado el sistema educativo, actualmente este servicio es mínimo en el cantón Centinela el Cóndor, limitándose únicamente a la cabecera cantonal (Zumbi). La CNT presta el servicio únicamente a los cantones Zamora, Yanzatza y el Pangui, para el resto de los cantones hay operadoras privadas que les proporcionan el servicio.

En la provincia de Zamora Chinchipe existen 768 puertos de internet, de los cuales 9 puertos se encuentran en el Cantón Centinela del Cóndor, distribuidos entre: el municipio, colegios, escuelas y locales comerciales privados, esto representa el 0,69% de la población atendida por el servicio de internet.¹⁴

6.1.3.4.3 Telefonía Celular

En el cantón Centinela del Cóndor existen dos empresas de telefonía celular que prestan los servicios al lugar, estas son: CLARO Y MOVISTAR. Estas dos empresas prestan el servicio a 1056 familias, representando un 74,5% de población total que cuenta con un teléfono celular.

FUENTE: Corporación Nacional de Telecomunicaciones y Talleres

6.1.3.4.4 Radio difusión

La provincia de Zamora Chinchipe cuenta con varias emisoras de sintonía local, nacional, e internacional, estas últimas del Perú, en el cantón todo el Centinela del cóndor se sintoniza las emisoras; Amazonas, Romántica, Integración, Voz de Zamora, Laser Estéreo, y San Francisco. Se estima que el 80 % de la población del cantón, tiene acceso a la radio difusión.

6.1.3.4.5 Televisión

En el cantón Centinela del Cóndor, cuenta con dos señales de canales de televisión de sintonía nacional y local, estas son GAMATV y TELEAMAZONAS; así mismo existen empresas privadas que prestan el servicio de televisión por cable. El acceso a la televisión es mayoritariamente en la zona urbana del cantón.

6.1.3.4.6 Prensa escrita

La circulación de la prensa escrita únicamente es en la cabecera cantonal de Zumbi, siendo el periódico La Hora, el Universo y el Centinela los medios de prensa escrita que circulan en el cantón. Se estima que el 8% de la población urbana de Zumbi acceda a este servicio.¹⁵

¹⁵ Unidad de Gestión Territorial de Zamora Chinchipe.

6.1.3.5 VIALIDAD EN EL CANTÓN CENTINELA DEL CÓNDOR

Gráfico # 7



Fuente: Unidad de Gestión Territorial.

El cantón Centinela del Cóndor posee 110,63 kilómetros de vías; de los cuales el 10,31% de vías están asfaltadas, las cuales presentan algunos tramos con baches, lo que necesita una inmediata reparación, y 89,69% de vías están afirmadas, con material de río y de cantera, en su mayoría están en regular estado, debido al escaso mantenimiento y al efecto de las aguas lluvias que las deterioran continuamente, ya que no disponen de un sistema adecuado de drenaje.

6.1.4 Demanda turística

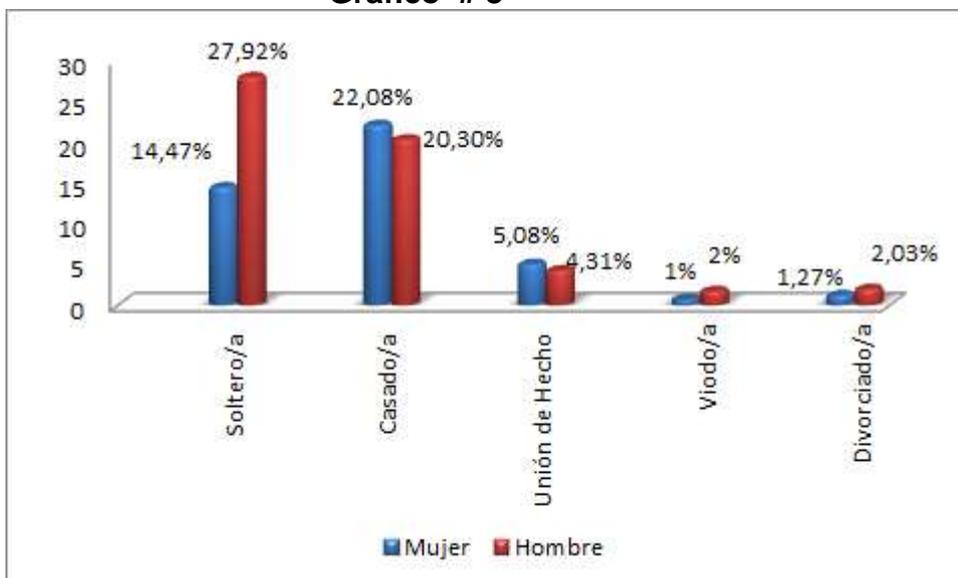
6.1.4.1 Turistas que ingresaron al Cantón Centinela del Cóndor de acuerdo al género y al estado civil en el año 2011.

Cuadro # 2

Detalle	Soltero/a		Casado/a		Unión de Hecho		Viudo /a		Divorciado/a	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Mujer	57	14,47	87	22,08	20	5,08	3	1	5	1,27
Hombre	110	27,92	80	20,30	17	4,31	7	2	8	2,03
Total	167	42	167	42	37	9	10	3	13	3

Fuente: Investigación de Mercado
Elaboración: Mercy Carrillo y Maricela Yaguana

Gráfico # 8



De acuerdo a los datos obtenidos de los turistas que ingresaron al cantón Centinela del Cóndor; el 27,92% de los hombres, su estado civil es soltero, seguido del 20,30% que corresponde al estado civil casado, en

cuanto a las mujeres el 22,08% el estado civil es casado, el 14,47% son solteras y el 5,08%, viven en unión de hecho.

6.1.4.2 Turistas que ingresaron al Cantón Centinela del Cóndor de acuerdo al lugar de donde provienen.

Cuadro # 3

Detalle	F	%
Regional (Loja, Machala)	294	74,62
Nacional	92	23,35
Extranjero	8	2,03
Total	394	100

Fuente: Investigación de Mercado
Elaboración: Mercy Carrillo y Maricela Yaguana

Gráfico # 9



De acuerdo a los datos obtenidos, se puede establecer que el 74,62% son turistas que ingresan al cantón son de la región 7 de las provincias de Loja y Machala, el 23,35% son turistas nacionales y el 2,03% internacionales.

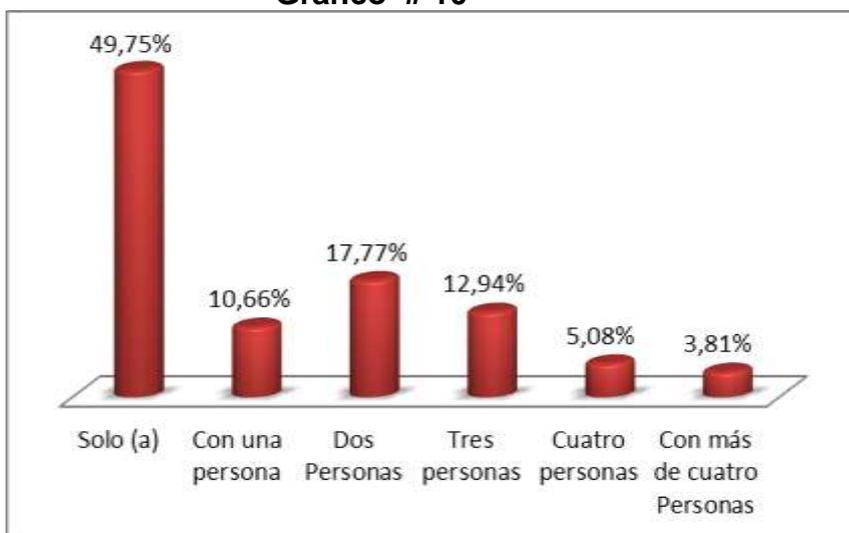
Turistas que ingresaron al Cantón Centinela del Cóndor solos o con más personas.

Cuadro # 4

Detalle	F	%
Solo (a)	196	49,75
Con una persona	42	10,66
Dos Personas	70	17,77
Tres personas	51	12,94
Cuatro personas	20	5,08
Con más de cuatro Personas	15	3,81
Total	394	100

Fuente: Investigación de Mercado
Elaboración: Mercy Carrillo y Maricela Yaguana

Gráfico # 10



De acuerdo a los datos tabulados el 49,75% de los turistas, viajan al cantón, solos; el 17,77% viajan con dos personas, el 12,94% con tres personas, el 10,66% viajan con una persona.

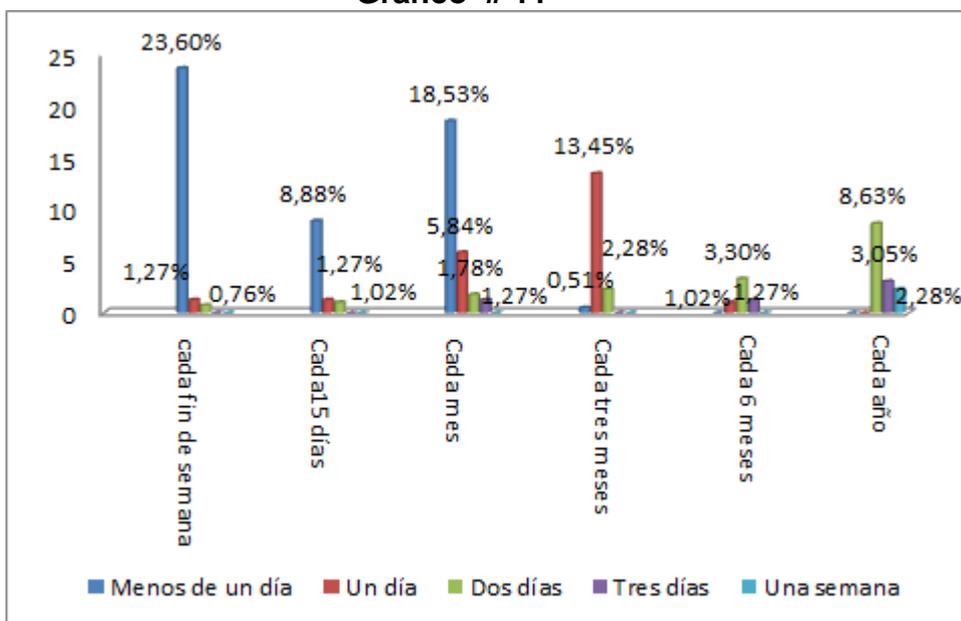
Turistas que ingresaron al cantón Centinela el Cóndor con relación al periodo de visita y al tiempo de permanencia en el lugar

Cuadro # 5

DETALLE	cada fin de semana		Cada 15 días		Cada mes		Cada tres meses		Cada 6 meses		Cada año	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Menos de un día	93	23,60	35	8,88	73	18,53	2	0,51	0	0,00	0	0,00
Un día	5	1,27	5	1,27	23	5,84	53	13,45	4	1,02	0	0,00
Dos días	3	0,76	4	1,02	7	1,78	9	2,28	13	3,30	34	8,63
Tres días	0	0,00	0	0,00	5	1,27	0	0,00	5	1,27	12	3,05
Una semana	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	9	2,28
Total	101	25,63	44	11,17	108	27,41	64	16,24	22	5,58	55	13,96

Fuente: Investigación de Mercado
Elaboración: Mercy Carrillo y Maricela Yaguana

Gráfico # 11



De acuerdo con los datos obtenidos: el 23,60% de los turistas ingresan cada fin de semana y permanecen menos de un día en el lugar; el 8,88% ingresan cada 15 días y permanecen menos de un día en el lugar; el 18,53% visitan el cantón cada mes y su tiempo de permanencia en el lugar

es de menos de un día; el 13,45% visitan el cantón cada tres meses y permanecen un día en el lugar; el 3,30% visita el cantón cada seis meses y permanece en el lugar dos días.

Promedio de consumo diario por cada turista durante su permanencia en el Cantón Centinela del Cóndor.

Cuadro # 6

\$ 3	18	4,47
\$ 5	44	11,17
\$ 10	57	14,53
\$ 15	64	16,20
\$ 20	99	25,14
\$ 30	112	28,49
Total	394	100
Fuente: Investigación de Mercado		
Elaboración: Mercy Carrillo y Maricela Yaguana		

Gráfico # 12



Promedio de Consumo diario por persona

$$X = \frac{\sum X}{n}$$

$$X = \frac{83}{6}$$

$$= \$ 13,83$$

De acuerdo a los datos obtenidos, el 28,49% de los turistas gastan \$ 30 dólares diarios por persona en su visita; 25, 14% gastan \$ 20 dólares diarios por persona; el 16,20% gasta \$ 15 dólares. El promedio de consumo diario es de \$ 13,83 por persona en su visita al Cantón Centinela del Cóndor.

Turistas que se hospedaron y calificaron los servicios de hoteles del Cantón Centinela del Cóndor en el año 2011.

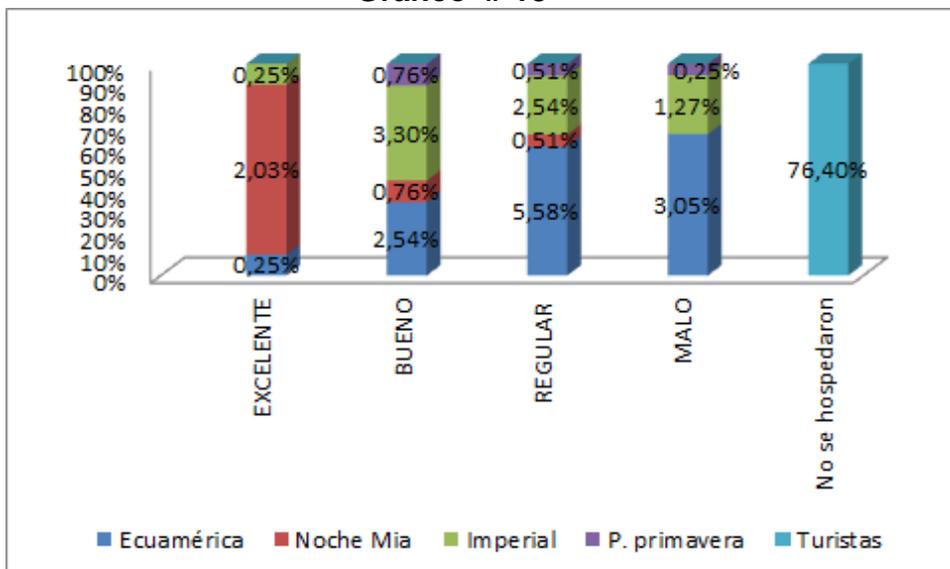
Cuadro # 7

Detalle	Ecuamérica		Noche Mía		Imperia		Pensión Primavera		No se hospedaron	
	F	%	F	%	F	%	F	%	-	-
Excelente	1	0,25	8	2,03	1	0,25	0	0	-	-
Bueno	10	2,54	3	0,76	13	3,30	3	0,76	-	-
Regular	22	5,58	2	0,51	10	2,54	2	0,51	-	-
Malo	12	3,05	0	0,00	5	1,27	1	0,25	-	-
Turistas	-	-	-	-	-	-	-	-	301	76,40
Total	45	11, 42	13	3,30	29	7, 36	6	1,52	301	76,40

Fuente: Investigación de Mercado

Elaboración: Mercy Carrillo y Maricela Yaguana

Gráfico # 13



El 2,03% de los turistas que se hospedaron en el Hotel Noche Mía, manifestaron que los servicios que ofrece este hotel son excelentes, debido a que cuenta con infraestructura moderna, el 3,30% de los turistas que se hospedaron en el hotel Imperial, manifestaron que el servicio que ofrece es bueno, el 5,05% de los turistas que se hospedaron en el Ecuamérica manifestaron que el servicio que presta el hotel es regular. Los turistas que no calificaron al servicio del hotel que se hospedaron como excelente, manifestaron que encontraron problemas como: mala atención de los camareros, mal estado, falta de espacio en las habitaciones, falta de un baño privado y las camas no ofrecen la comodidad necesaria, para un descanso placentero. También manifestaron que les gustaría que se implementen más servicios como: ducha de agua caliente, aire acondicionado, bar restaurante y piscina.

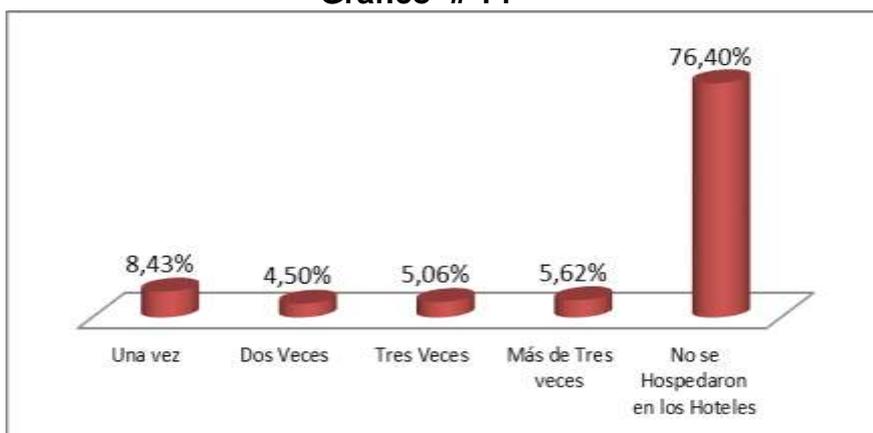
Número de veces que los turistas se hospedaron en los hoteles del Cantón Centinela del Cóndor.

Cuadro # 8

Detalle	F	%
Una vez	33	8,43
Dos Veces	18	4,50
Tres Veces	20	5,06
Más de Tres veces	22	5,62
No se Hospedaron en los Hoteles	301	76,40
Total	394	100

Fuente: Investigación de Mercado
Elaboración: Mercy Carrillo y Maricela Yaguana

Gráfico # 14



El 8,43% de los turistas se han hospedado una vez en los hoteles; el 4,50% dos veces; el 5,06% tres veces; el 5,62% más de tres veces.

Turistas que ingresaron al Cantón Centinela del Cóndor y visitaron los lugares de Distracción.

Cuadro # 9

Detalle	F	%
Balnearios	86	21,84
Centros Recreativos	115	29,12
Áreas Naturales	2	0,56
No visitaron	191	48,48
Total	394	100

Fuente: Investigación de Mercado
Elaboración: Mercy Carrillo y Maricela Yaguana

Gráfico # 15



El 21,84% de los turistas que visitan el cantón se distraen en los balnearios del lugar; el 29,12% en los centros recreativos, el 0,56% en las áreas naturales y 48,48% de los turistas manifestaron que desconocen de estos lugares.

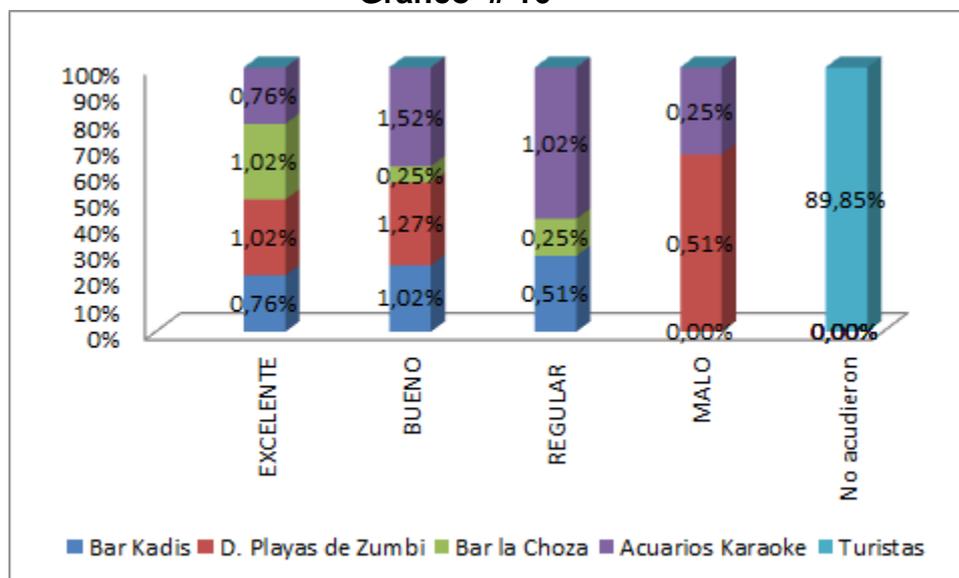
Turistas que visitaron los lugares de Diversión y calificaron los servicios que ofrecen.

Cuadro # 10

Detalle	Bar Kadis		D. Playas de Zumbi		Bar la Choza		Acuarios Karaoke		No acudieron	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Excelente	3	0,76	4	1,02	4	1,02	3	0,76	-	-
Bueno	4	1,02	5	1,27	1	0,25	6	1,52	-	-
Regular	2	0,51	0	0,00	1	0,25	4	1,02	-	-
Malo	0	0,00	2	0,51	0	0,00	1	0,25	-	-
Turistas	-	-	-	-	-	-	-	-	354	89,85
Total	9	2	11	3	6	2	14	3,55	354	89,85

Fuente: Investigación de Mercado
Elaboración: Mercy Carrillo y Maricela Yaguana

Gráfico # 16



El 1,02% de los turistas que ingresaron al centro de diversión; Bar la Choza, calificaron los servicios como excelentes, el 1,27% de los turistas que se divirtieron en la discoteca Playas de Zumbi manifestaron que el servicio es bueno, el 1,02% de los turistas que ingresaron al karaoke

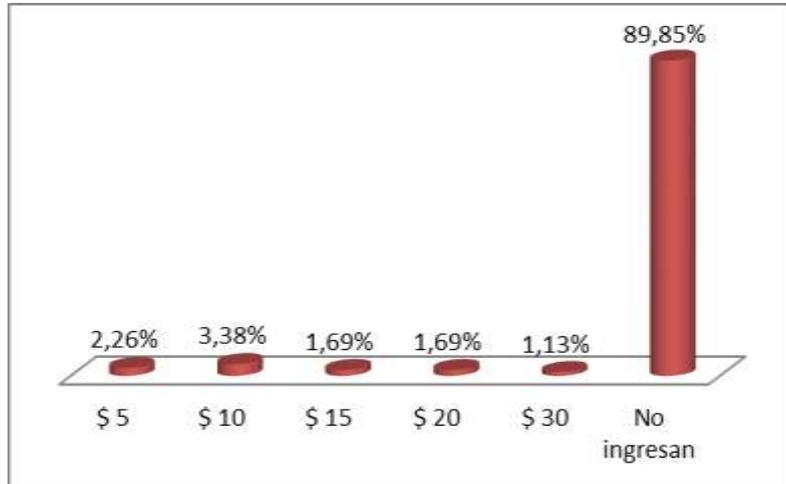
Acuarios calificaron el servicio como Regular. Los turistas que ingresaron a los centros de diversión y no calificaron el servicio como excelente, encontraron problemas como: el espacio físico del lugar es muy reducido, no cuenta con el personal suficiente para la atención al cliente, y no cuenta con la seguridad adecuada, también manifestaron que les gustaría que se implemente más servicios en estos centros de diversión como: dos pistas de baile, una pista de salsa, más variedad de bebidas, e incrementar la seguridad del lugar.

Promedio de consumo por cada turista en los centros de diversión del Cantón Centinela del Cóndor.

Cuadro # 11

Detalle	F	%
\$ 5	9	2,26
\$ 10	13	3,38
\$ 15	7	1,69
\$ 20	7	1,69
\$ 30	4	1,13
No ingresan	354	89,85
Total	394	100
Fuente: Investigación de Mercado		
Elaboración: Mercy Carrillo y Maricela Yaguana		

Gráfico # 17



Promedio de Consumo por persona en los centros de diversión.

$$X = \frac{\sum X}{n}$$

$$X = \frac{80}{5}$$
$$= \$ 16,00$$

El 89,85% de los turistas que han visitado en cantón no han ingresado a los lugares de diversión, debido a la falta de información y publicidad de estos centros. El promedio de consumo por persona que ingresa a los centros de diversión es de \$ 16 dólares.

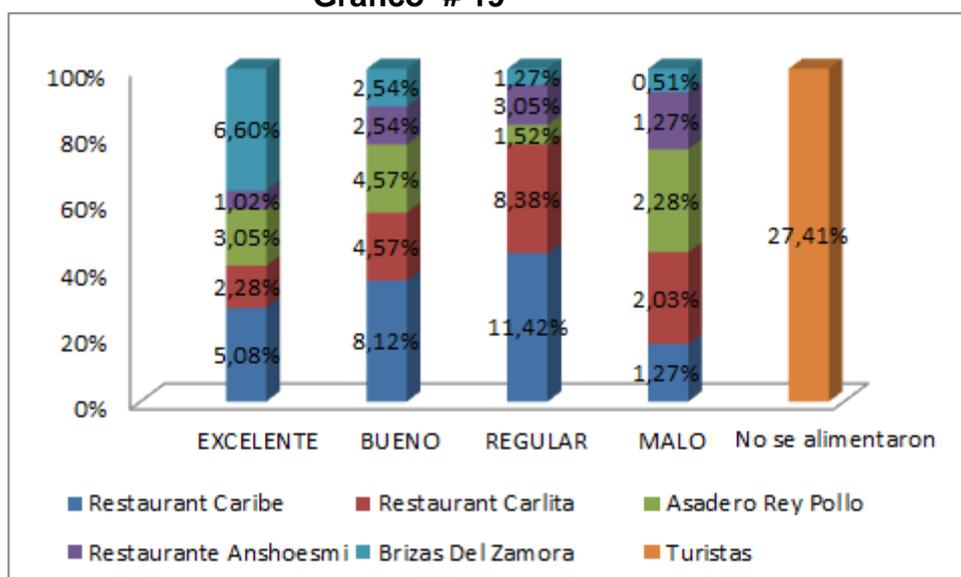
Turistas que se alimentaron en los restaurantes y calificaron el servicio que ofrecen.

Cuadro # 12

Detalle	R. Caribe		R. Carlita		Rey Pollo		R. Anshoesmi		Brizas del Zamora		No se alimentaron	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Excelente	20	5,08	9	2,28	12	3,05	4	1,02	26	6,60	-	-
Bueno	32	8,12	18	4,57	18	4,57	10	2,54	10	2,54	-	-
Regular	45	11,42	33	8,38	6	1,52	12	3,05	5	1,27	-	-
Malo	5	1,27	8	2,03	9	2,28	2	0,51	2	0,51	-	-
Turistas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	108	27,41
Total	102	25,89	68	17,26	45	11,42	28,00	7,11	43,00	10,91	108	27,41

Fuente: Investigación de Mercado
Elaboración: Mercy Carrillo y Maricela Yaguana

Gráfico # 19



El 6,06% de los turistas que se alimentaron en el restaurante Brizas del Zamora, calificaron el servicio como excelente, el 8,12% manifestó que los servicios que ofrece el restaurante Caribe son buenos, el 8,38% manifestó que los servicios que ofrece el Restaurante Carlita son regulares, el 2,28% manifestó que los servicios del Asadero Rey Pollo son

malos. Los turistas que no calificaron los servicios de excelentes de los restaurantes tuvieron algunos problemas como: mala atención por parte del personal de servicio, el espacio físico no presenta las condiciones necesarias para ofrecer el servicio, mala preparación de los alimentos, falta de variedad en el menú y la falta de higiene en el centro de alimentación. También manifestaron que les gustaría que se implementen algunos servicios como: heladería, platos a la carta, más variedad de bebidas, servicio de entrega a domicilio y baterías sanitarias.

Clase de turistas que ingresan al cantón Centinela del Cóndor

Turistas burgueses, debido a que son personas de clase media, profesionales, funcionarios o empleados, los cuales se interesan por conocer los lugares naturales y culturales.

OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN CENTINELA DEL CÓNDOR

Tipo de turismo que puede realizar en el cantón Centinela del Cóndor

Ecoturismo

En el cantón Centinela del Cóndor existe una gran variedad de áreas naturales, en donde puede realizar caminatas, observar la flora y fauna nativa del lugar, tomarse fotografías; también existen lagunas y cascadas, en donde puede realizar senderismo, pesca deportiva y disfrutar de un baño natural.

Turismo cultural

En el cantón se puede visitar las culturas shuar y Saraguro, las cuales son ricas en costumbres y tradiciones, aquí puede realizar actividades de convivencia con los nativos de estas culturas, adquirir artesanías elaboradas por los mismos, degustar de su gastronomía. También puede visitar el Monumento de las tres etnias, la Iglesia de Zumbi, el monasterio de Santa Clara, las Playas de Cuje, en donde se elaboran las ollas de barro.

Atractivos naturales

Encontramos un hermoso y reconocido jardín de plantas, arboles, pájaros, cascadas y una innumerable vegetación que da la bienvenida, que hacen de este cantón un verdadero jardín ecológico.

Entre los atractivos turísticos que posee el cantón encontramos las siguientes áreas naturales:

Laguna Natural Tuntiak



Esta hermosa laguna se encuentra localizada en el Barrio Tuntiak denominada por los habitantes del lugar como Laguna Natural “El Lagarto”, posee una altura de 925 m.s.n.m., a una temperatura promedio

de 18 a 24 °C, con una área de 33.230 m² ó 3.32 hectáreas. Conocida

con este nombre por la presencia de especies como lagartos y boas pequeñas.

Las actividades que se pueden practicar en esta maravillosa laguna son la pesca de tilapias, bocas chicas, blancos, anguilas entre otras especies, se la considera como una de las mayores potencialidades turísticas del cantón.

Cascada Las Lianas



Se encuentra ubicada en el barrio Pangüintza Alto, a 4 kilómetros desde la vía. Tiene una altura de aproximadamente 37 metros se encuentra en medio de varias lianas que sirven de entretenimiento para los turistas que la visitan además en el transcurso del

sendero se puede sentir la tranquilidad de la naturaleza.

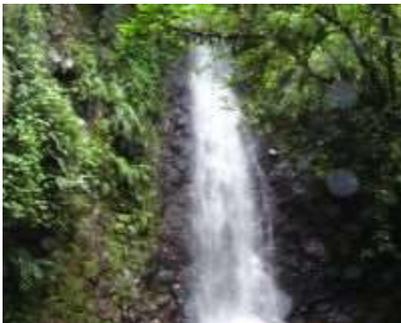
Actividades que se puede realizar, el ecoturismo, senderismo, observación de flora y fauna, cabalgatas y también recibir un masaje natural en sus aguas.

Cascada la Yamala



Se encuentra ubicada en el barrio San Miguel de la Hueca, Se le dio este nombre porque a sus alrededores se solían encontrar un considerable número de yamalas y en los días soleados tomaban agua de los arroyos. En sus entornos se observa una importante riqueza en flora y fauna, propia de la Amazonia. Actividades que se puede realizar observación de una diversidad de flora y fauna, es un lugar acogedor para la fotografía.

Cascada Gallito de Peña



Está ubicada en el Barrio San Eduardo, a 2 kilómetros siguiendo la vía principal del barrio. Tiene una altura de aproximadamente 20 metros, su nombre se debe a que se pueden observar los gallos de peña. Entre las actividades que se puede realizar esta la observación de flora y fauna, es un lugar ideal para la fotografía.

Cascada San francisco



La Cascada San Francisco, se ubica en el Barrio San Francisco de la Wintza. Tiene una altura de aproximadamente 25 metros, con una precipitación pluviométrica de 2 cm³, a una altura de 1369 m.s.n.m., con una temperatura promedio de 18 a 24 °C. A esta cascada se le ha atribuido algunos nombres como La Bulliciosa por el fuerte ruido de la caída de agua sin embargo aún no tiene un nombre definido. En el transcurso hacia la cascada se puede observar una diversidad de flora y fauna. Es un lugar ideal para la fotografía y baño.

Cascada Roca Lisa



La parada turística Roca Lisa se encuentra ubicada en la quebrada la Guajira a 9 Kilómetros de la ciudad de Zumbi, cuenta con una temperatura promedio anual de 18 y 24 ° C. Pasa por un bosque protector, desde el cual se puede admirar la naturaleza en todo su esplendor. Entre la flora podemos observar musgos, laurel, paja, puma maqui, arrayán, entre otras, en la fauna se puede encontrar los animales que se puedes observar durante el recorrido son pájaros de diferentes colores, mariposas, entre otros.

Centro Recreacional Municipal “Playas de Zumbi”



Se encuentra ubicado a 1 kilómetro del centro de la Ciudad de Zumbi a una temperatura promedio de 18 a 24 ° C, es visitada por turistas nacionales y extranjeros quienes a más de disfrutar del silencio y de las tranquilas aguas de la quebrada Nanguipa, pueden realizar caminatas, camping y practicar algún deporte, este centro también cuenta con una piscina y tobogán.

Atractivos culturales

Los recursos culturales de este pueblo son de gran valor histórico puesto que contribuyen a la conservación de tradiciones y costumbres.

Etnia Shuar



Se encuentran ubicados en los barrios de Tuntiak y en una pequeña cantidad en la Crucita. Esta comunidad aún mantiene algunas de sus costumbres y tradiciones como la elaboración de: chicha, medicina tradicional con plantas extraídas de la naturaleza, el idioma, vestimenta, baile, artesanías como: elaboración de changuinas, collares, lanzas, coronas de plumas entre otros sus instrumentos, herramientas de caza y pesca. Se puede degustar de la gastronomía, comprar artesanías,

observar su forma de vida así como gozar disfrutar de los maravillosos alrededores donde habitan.

Etnia Saraguro



Los podemos encontrar en los barrios de San Francisco de la Wintza, Pangüintza, San Isidro y la Crucita. Se dedican a la ganadería y agricultura, en ocasiones especiales aun utilizan su vestimenta tradicional, su danza,

música y gastronomía. Entre las actividades que se pueden desarrollar están degustar de la gastronomía, comprar artesanías, tomar fotografías y realizar una caminata por el sector.

Monasterio de Santa Clara



Se encuentra ubicado en las calles Cariamanga entre Aurelio Espinoza Pólit y Antonio María Isasi

Las hermanas clarisas para su subsistencia realizan bordados a mano y a máquina, repostería, vinos (uva, membrillo, limón,

maracuyá, naranjilla y mora), hostias y preparación de alimento con contratación.

Actividades que se puede realizar son:

Observar sus costumbres típicas religiosas, compra de vinos, miel de abeja, agua de azares, gelatina de pata, recuerdos y artículos religiosos, toma de fotografía, y acercamiento con las Hnas. Clarisas.

Monumento “Las Tres Etnias”



El Monumento a las Etnias Shuar, Saraguro y Mestiza, se encuentra ubicado en el redondel de entrada a la ciudad de Zumbi, la misma que hace referencia a la diversidad cultural que posee el Cantón, en

la parte inferior está el diseño en alto relieve de láminas de cemento, la misma que hace referencia a las principales actividades y características del cantón como: agricultura, cultura, literatura, deporte, naturaleza, trabajo y unión.

Centro Urbano de Zumbi



Las calles del centro urbano de Zumbi son adoquinadas, las viviendas que se encuentran alrededor del centro aún conservan su diseño colonial de bahareque y teja; la mayoría es de dos pisos y en la

parte baja está sostenida por pilares que sirven para dar sombra a quienes transitan por el sector.

El parque central, está adornado de vegetación típica y colorida de la región, existe una glorieta, una pileta con tobogán en cuyo centro hay un cóndor, la imagen del hermano Leopoldo Arce, juegos infantiles, canchas deportivas, y bancas para que los visitantes descansen y puedan observar la belleza del entorno.

Iglesia de Zumbi



La iglesia de San Antonio se encuentra ubicada en las calles Antonio María Isasi y Cariamanga (frente al parque central de la ciudad de Zumbi) es una arquitectura tradicional religioso. El interior de la iglesia está dividido en tres naves, en el altar mayor de la nave principal existe un crucifijo, custodia, la imagen de Santa Marianita de Jesús, San Antonio de Padua, la Virgen de Fátima, Sata Rita, el Divino Niño.

PLAYAS DE CUJE "OLLAS DE BARRO"



Se encuentra ubicada en el barrio Playa de Cuje a 2 km desde la ciudad de Zumbi por la Av. Héroes de Cenepa vía que conduce al Centro Recreacional Turístico "Playas de Zumbi".

En este sector también se puede deleitar y saborear de la producción de la panela, complementado del agrado y disfrute de su visita.

Comida típica del Cantón Centinela Del Cóndor

Ayampaco:



Es un plato típico de la etnia Shuar, donde las personas por su instinto de sobrevivencia realizaban la recolección de frutos y preparaban su alimento, lo preparan especialmente para la celebración de fiestas

y acontecimientos importantes en las comunidades, esta es una preparación tradicional amazónica que ha sido acogida por la población mestiza y se constituye en una de las experiencias culturales más importantes para quien desee conocer Zamora Chinchipe y sus costumbres. Este plato se lo puede adquirir principalmente en la Comunidad Shuar de Tuntiak

Ingredientes: Palmito, pescado, hoja de bijao, plátano, yuca o arroz

Caldo de Corroncho:



Una especialidad exquisita de la gastronomía amazónica. Este plato se lo puede adquirir principalmente en la Comunidad Shuar de Tuntiak.

Ingredientes: Corroncho, plátano y especias.

Yamala Asada:



Este plato se prepara especialmente en las comunidades Shuar cuando celebran diferentes acontecimientos programados.

Este plato se lo puede adquirir principalmente en la Comunidad Shuar de Tuntiak.

Ingredientes: Yamala, yuca, plátano y especias.

Chicha de Chonta y Yuca:



Es una bebida que se ha consumido desde siglos pasados por la Etnia Shuar, según las tradiciones de estas comunidades. Estas bebidas se las puede adquirir

principalmente en la Comunidad Shuar de Tuntiak.

Ingredientes: Chonta y Yuca fermentada y agua

INFRAESTRUCTURA HOTELERA

Hotel “Noche Mía”

Se encuentra ubicado en las calles Cariamanga y Leopoldo Arce. Su propietario es el Sr. Rommel Gonzales, es uno de los hoteles más moderno y sofisticado con el que cuenta este cantón. Tiene la capacidad para atender a 17 persona por noche.

Capacidad Instalada del Hotel:

- 2 habitaciones dobles
- 4 habitaciones Matrimoniales
- 5 habitaciones simples

Servicios que ofrece:

- | | |
|------------------------------|----------|
| ✓ Habitaciones dobles | \$ 20,00 |
| ✓ Habitaciones Matrimoniales | 15,00 |
| ✓ Habitaciones simples. | 8,00 |
| ✓ Baño privado. | |
| ✓ Tv. Cable. | |
| ✓ Agua Caliente | |

Número de empleados: el hotel cuenta con un empleado.

Horario de atención: el hotel atiende de lunes a domingo ininterrumpidamente

Hotel “Imperial”

Se encuentra ubicado en las calles Cariamanga entre Leopoldo Arce y Antonio María Isasi. Su propietaria es la Sra. Regina Jiménez. Tiene la capacidad para atender a 73 persona por noche.

Capacidad Instalada

- ✓ 33 habitaciones dobles
- ✓ 10 habitaciones simples

Servicios que ofrece:

- Habitaciones dobles \$ 10,00
- Habitaciones simples. 4,00
- Baño privado.
- Tv. Cable.

Número de empleados: el hotel cuenta con un empleado.

Horario de atención: el hotel atiende de lunes a domingo ininterrumpidamente

Hotel “Ecuamérica”

Se encuentra ubicado en las calles Cariamanga y Leopoldo Arce. Su propietario es la Sra. Patricia Camacho. Tiene la capacidad para atender a 14 persona por noche.

Capacidad Instalada

- 3 Habitaciones dobles
- 8 Habitaciones simples.

Servicios que ofrece:

- ✓ Habitaciones dobles \$ 10,00
- ✓ Habitaciones simples. 5,00
- ✓ Baño privado en una habitación doble.
- ✓ Tv. Cable.

Número de empleados: el hotel cuenta con un empleado.

Horario de atención: el hotel atiende de lunes a domingo ininterrumpidamente

Pensión “Primavera”

Se encuentra ubicada en las calles Cariamanga y Aurelio Espinoza Polit. Su propietaria es la Sra. Teodolfinia Emperatriz Merino quien recibe a sus

clientes en un ambiente de cordialidad. Tiene la capacidad para atender a persona por noche.

Capacidad Instalada

- 3 Habitaciones dobles
- 3 Habitaciones Matrimoniales
- 3 Habitaciones simples.

Servicios que ofrece:

- | | |
|------------------------------|----------|
| ✓ Habitaciones dobles | \$ 16,00 |
| ✓ Habitaciones Matrimoniales | 16,00 |
| ✓ Habitaciones simples. | 6,00 |
| ✓ Baño privado. | |
| ✓ Tv. Cable. | |
| ✓ Veladores. | |

Número de empleados: el hotel no cuenta con empleados.

Horario de atención: el hotel atiende de lunes a domingo ininterrumpidamente

INFRAESTRUCTURA DE RESTAURANTES

Restauran “Caribe”

Está ubicado en el centro de la ciudad en las calles 24 de Mayo, entre Leopoldo Arce y Antonio María Isasi. Su propietaria es la Sra. Sandra Carpio.

Este es uno de los lugares que tiene una mayor acogida por los turistas debido a la variedad de platos que ofrece en el menú, tiene una capacidad para atender a 35 clientes por hora, ya que cuenta con 8 mesas con 4 sillas cada una y una mesa con tres sillas.

Servicios que ofrece:

Desayunos	\$ 1,75
Almuerzos	2,25
Meriendas	2,25

Platos a la carta:

Tilapia	5,00
Cecina	4,00
Churrasco	4,00
Arroz con Camarón	5,00

Número de empleados: el restaurante cuenta con 3 empleados.

Horario de atención: el restaurante atiende de lunes a domingo ininterrumpidamente.

Restauran Comedor “Carlita”

Se encuentra ubicado en las calles Leopoldo Arce y Marco Ovidio Soto, su propietaria es la Sra. Rosa Pinto Briones. Tiene una capacidad para atender a 16 clientes por hora, ya que cuenta con 4 mesas las cuales tienen 4 sillas cada una.

Servicios que ofrece:

Desayunos	\$ 1,50
Almuerzos	1,75
Meriendas	1,50

Número de empleados: el restaurante no cuenta con empleados.

Horario de atención: el restaurante atiende de lunes a domingo ininterrumpidamente.

Restaurante “(Sin Nombre)”

Está ubicado en las calles 24 de Mayo y Antonio María Isasi. Su propietaria es la Sra. Felicia Paz.

Este es un de lugares que ofrece una variedad de platos en el menú, tiene una capacidad para atender a 12 clientes por hora, cuenta con tres mesas de cuatro sillas cada una.

Servicios que ofrece:

Desayunos \$ 2,00

Almuerzos 2,00

Meriendas 1,50

Platos a la carta:

Tilapia 3,00

Cecina 2,00

Chuleta 2,00

Número de empleados: el restaurante cuenta con un empleado.

Horario de atención: el restaurante atiende de lunes a domingo ininterrumpidamente.

Restaurante “Yolita”

Está ubicado en el centro de la ciudad en las calles 24 de Mayo, entre Leopoldo Arce y Antonio María Isasi. Su propietaria es la Sra. Fanny Yolanda Benítez Gordillo, tiene una capacidad para atender a 20 clientes por hora,

Servicios que ofrece:

Desayunos	\$ 1,75
Almuerzos	2,25
Meriendas	2,25

Número de empleados: el restaurante cuenta con dos empleados.

Horario de atención: el restaurante atiende de lunes a domingo ininterrumpidamente.

Restaurante “Anshoesmi”

Está ubicado en el centro de la ciudad en las calles 24 de Mayo y Leopoldo Arce. Su propietaria es la Sra. Estela Guerrero, tiene una capacidad para atender a 12 clientes por hora,

Entre los servicios que ofrece:

Desayunos	\$ 1,50
Almuerzos	2,00
Meriendas	2,00

Número de empleados: el restaurante no cuenta con empleados.

Horario de atención: el restaurante atiende de lunes a domingo ininterrumpidamente.

Restaurante “Keit”

Está ubicado en el centro de la ciudad en las calles Cariamanga, entre Leopoldo Arce y Antonio María Isasi. Su propietario es el Sr. Hugo Granda.

Este es uno de los lugares que tiene un espacio físico amplio que le permite dar un buen servicio a los clientes, ofrece en su menú una variedad de platos, tiene una capacidad para atender a 35 clientes por hora,

Servicios que ofrece:

Desayunos	\$ 1,75
Almuerzos	2,25
Meriendas	2,25

Platos a la carta:

Tilapia	5,00
Cecina	4,00
Churrasco	5,00

Número de empleados: el restaurante cuenta con un empleado.

Horario de atención: el restaurante atiende de lunes a domingo ininterrumpidamente.

Restaurante “Playas de Zumbi”

Está ubicado a un kilómetro del centro de la ciudad del Cantón Centinela del Cóndor. Su propietario es el Sr. Carlos Guamán.

Este lugar atiende los días sábados y domingos, tiene una capacidad para atender a 20 clientes por hora.

Servicios que ofrece:

Tilapia frita y apanada \$ 3,00

Cecina 2,00

Parrilladas 2,00

Número de empleados: el restaurante cuenta con dos empleados.

Horario de atención: el restaurante atiende los días sábados y domingos ininterrumpidamente.

Asadero “D’Panch Chiken”

Está ubicado en las calles Cariamanga y Leopoldo Arce. Su propietaria es la Sra. Rocío Quezada.

Este lugar ofrece una variedad de comida rápida, mesas para bebés, la infraestructura de este lugar es acogedora. Tiene una capacidad para atender a 16 clientes por hora,

Servicios que ofrece:

Pollo horneado	\$ 12,00
½ pollo	6,00
¼ de pollo	3,00
1/8 de pollo	2,00
Papi pollo	1,80
Papi carne	1,80
Salchipapa	1,00
Hamburguesas	1,25
Porciones	1,00

Número de empleados: el restaurante cuenta con dos empleados.

Horario de atención: el restaurante atiende de lunes a domingo ininterrumpidamente.

Asadero “Rey Pollo”

Está ubicado en las calles Antonio María Isasi y Marco Ovidio Soto. Su propietaria es la Sra. Rosa Sambrano, tiene una capacidad para atender a 20 clientes por hora,

Servicios que ofrece:

Pollo horneado	\$ 11,00
½ pollo	6,00

¼ de pollo	3,00
1/8 de pollo	2,00
Cecinas	2,00
Guatitas	2,00
Costilla de chanco	2,00

Número de empleados: el restaurante cuenta con un empleado.

Horario de atención: el restaurante atiende de lunes a domingo ininterrumpidamente.

Asadero Bar “Brizas del Zamora”

Está ubicado en las calles Jaime Roldos y Av. Unidad Nacional. Su propietaria es la Sra. Deysi Soto.

Este lugar ofrece dos tipos de servicios bar y asadero, cuenta con una variedad de asados, cuenta con un espacio físico amplio y adecuado para dar un servicio eficiente, tiene una capacidad para atender a 150 clientes por cada 2 horas.

Servicios que ofrece:

Asados	\$ 4,00
Cecinas	4,00
Cuyes	15,00

Cerveza 1,00

Número de empleados: el restaurante cuenta con dos empleados.

Horario de atención: el restaurante atiende de lunes a domingo ininterrumpidamente

CENTROS DE DIVERSIÓN

Bar “Kadis”

Se encuentra ubicada en las calles Cariamanga y Aurelio Espinoza Polit. Su propietario es el Sr. Vicente Rodrigo Rivera Bao. Tiene la capacidad para atender a 80 persona por noche, atiende los días jueves, viernes, sábados.

Servicios que ofrece:

- Karaoke
- Pista de baile
- Cócteles
- Bebidas
- Entrada libre

Número de empleados: el bar cuenta con un empleado.

Horario de atención: el bar atiende de Jueves a sábado ininterrumpidamente.

“Acuarios Karaoke”

Se encuentra ubicada en las calles Cariamanga y Aurelio Espinoza Polit. Su propietario es la Sra. Milenia Viñan. Tiene la capacidad para atender a 100 persona por noche, atiende los días miércoles, jueves, viernes, sábados.

Servicios que ofrece:

- Karaoke
- Pista de baile
- Cócteles
- Bebidas
- Entrada libre

Número de empleados: el karaoke cuenta con dos empleados.

Horario de atención: el Karaoke atiende de miércoles a sábado ininterrumpidamente.

Barra Bar “La Choza”

Se encuentra ubicado en el barrio San José retirado del centro de la ciudad. Su propietario es el Sr. Carlos Soto. Tiene la capacidad para atender a 100 persona por noche, los días viernes, sábados. Este es uno de los lugares que tiene una infraestructura amplia y adecuada para ofrecer este servicio.

Servicios que ofrece:

- Karaoke
- Pista de baile
- Licores
- Cócteles
- Bebidas
- Entrada libre

Número de empleados: la barra bar cuenta con un empleado.

Horario de atención: la barra bar atiende los viernes y sábado ininterrumpidamente.

Bar Restaurante “Balcón de Benito”

Se encuentra ubicada a un kilómetro del centro de la ciudad de Zumbi.

Su propietario es el Sr. Bladimir Jiménez. Tiene la capacidad para atender a 60 persona por hora. Su infraestructura es rustica y acogedora.

Servicios que ofrece:**Bebidas**

- Cerveza
- Aguas
- Sodas
- Jugos

Comidas

- Gallina criolla \$ 4,00
- Pescado 3,00

Número de empleados: el bar restaurante cuenta con dos empleados.

Horario de atención: el bar restaurante atiende de lunes a domingo ininterrumpidamente.

Discoteca “Playas de Zumbi”

Se encuentra ubicada a un kilómetro del centro de la ciudad de Zumbi. Su propietario es el Sr. Carlos Guamán. Tiene la capacidad para atender a 200 persona. Este sitio es muy concurrido por los turistas y su infraestructura es rustica y acogedora.

Ofrece los siguientes servicios:

- Karaoke
- Pista de baile
- Cerveza
- Aguas
- Sodas
- Refrescos

Número de empleados: la discoteca cuenta con dos empleados.

Horario de atención: la discoteca atiende de martes a domingo ininterrumpidamente.

ANÁLISIS DE LA MATRIZ FODA, DEL SECTOR TURÍSTICO EN EL CANTÓN CENTINELA DEL CÓNDOR.

Para realizar el análisis FODA, se recopiló información del cantón, lo cual nos permitió conocer las principales fortalezas y debilidades, así como también se identificó las oportunidades y amenazas que podrían tener incidencia en el desarrollo del turismo.

Fortalezas.

- ✓ Abundancia de recursos hídricos.
- ✓ Biodiversidad de flora y fauna.
- ✓ Alto valor histórico y tradicional en las culturas Shuar y Saraguro.
- ✓ Áreas verdes ecológicas, libres de contaminación.
- ✓ Disponibilidad de transporte terrestre, público y privado, a disposición de los demandantes, las 24 horas del día.

Debilidades.

- ✓ Limitado acceso de la población del cantón, a los servicios de comunicación (telefonía fija, televisión, prensa escrita, internet).
- ✓ Baja cobertura de las telecomunicaciones.
- ✓ Falta de organización, de los propietarios de los servicios turísticos.
- ✓ Red vial deficitaria y con limitado mantenimiento.

- ✓ Limitada protección de las áreas naturales, y aumento de la tala de los bosques.
- ✓ Infraestructura turística, inadecuada para ofrecer un servicio de calidad.
- ✓ Falta de publicidad, de los servicios turísticos, en los medios de comunicación.

Oportunidades.

- ✓ Apoyo del gobierno para el fomento y desarrollo del turismo
- ✓ Programas de difusión Culturales por parte del Ministerio de turismo.
- ✓ Crecimiento del Turismo en la región y el país.
- ✓ Aumento de la preferencia de los turistas, por el ecoturismo.
- ✓ Demanda creciente de los servicios turísticos.
- ✓ Aumento de los ingresos económicos, en la población del cantón.
- ✓ Promoción de la oferta turística del cantón, a nivel nacional

Amenazas.

- ✓ Desarrollo turístico en otras ciudades del país con mayor difusión en los medios de comunicación.
- ✓ Contaminación del medio ambiente.

DISCUSIÓN

7. DISCUSIÓN

7.1 Demanda

7.1.1 Demanda Real: es el número de veces que los turistas han visitado el Cantón.

7.1.1.1. Demanda Real Hotelera

Para determinar la demanda real se tomó en cuenta a los 93 turistas que se han hospedado en los hoteles, que representan el 23,6% del total de encuestados, a este porcentaje se lo infirió para los 3848 turistas que ingresaron al cantón, dando como resultado 908 turistas hospedados

Para el cálculo de la demanda real de cada hotel, se multiplico el porcentaje de cada uno de los hoteles, por el total de turistas hospedados, dando como resultado la demanda real individual de cada hotel.

Demanda Real hotelera en el año 2011

Cuadro # 13

Detalle	Frecuencia	%	Turistas Hospedados	Demanda Real
Ecuamérica	45	48,39	908	439
Noche Mía	13	13,98	908	127
Pensión Primavera	6	6,45	908	59
Imperial	29	31,18	908	283
Total	93	100,00		908

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaboración: Mercy Carrillo y Maricela Yaguana

El número de turistas real que se hospedó en el Hotel Ecuamérica en el año 2011 fue de 439 personas, en el hotel Noche Mía se hospedaron 127 personas, en la Pensión Primavera se hospedaron 59 personas y en el Hotel Imperial 283 turistas, siendo el hotel Ecuamérica en el que más se hospeda los turistas

7.1.1.2 Demanda real de los centros de distracción

Para determinar la demanda real se tomó en cuenta a los 203 turistas que acudieron a los centros de distracción; que representan el 51,52% del total de los encuestados, a este porcentaje se lo infirió para los 3848 turistas que ingresan al cantón, dando como resultado 1982 turistas, que han acudido a los centros de distracción.

Para determinar la demanda real de cada centro de distracción, se multiplico el porcentaje por el número de turistas que han acudido a los centros de distracción, dando como resultado la demanda real individual de cada centro de distracción.

Cuadro # 13

Detalle	Frecuencia	%	Turistas en los centros de Distracción	Demanda Real
Balnearios	86	42,39	1982	840
Centros recreativos	115	56,52	1982	1121
Áreas naturales	2	1,09	1982	22
Total	203	100		1982

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaboración: Mercy Carrillo y Maricela Yaguana

La demanda real en los balnearios es de 840 turistas, teniendo como preferencia los centros recreativos, en los cuales la demanda es de 1121 turistas, y en las áreas naturales es de 22 turistas que acuden al año, esto se debe a la falta de publicidad y promoción de los atractivos naturales.

7.1.1.3 Demanda Real de los centros de diversión

Para determinar la demanda real se tomó en cuenta a los 40 turistas que se han acudido a los centros de diversión; que representan el 10,15% del total de encuestados, a este porcentaje se lo infirió para los 3848 turistas que ingresan al cantón, lo que da como resultado 391 turistas en los centros de diversión.

Para el cálculo de la demanda real de cada centro de diversión se multiplico el porcentaje de cada uno, por el número de turistas en los centros de diversión, dando como resultado la demanda real individual de cada centro de diversión.

Cuadro # 14

Detalle	Frecuencia	%	Turistas en los centros de diversión	Demanda Real
Bar Kadis	9	22,50	391	88
Discoteca playas de Zumbi	11	27,50	391	107
Barra - Bar La Choza	6	15	391	59
Acuarios Karaoke	14	35	391	137
Total	40	100		391

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaboración: Mercy Carrillo y Maricela Yaguana

La demanda real de los turistas que han ingresado y consumido en el bar Kadis es de 88 turistas, en la discoteca Playas de Zumbi es de 107 turistas, en la Barra – Bar La Choza es de 59 turistas y en el Acuarios Karaoke la demanda real es de 137 turistas.

7.1.1.4 Demanda Real de los Restaurantes

Para determinar la demanda real se tomó en cuenta a los 286 turistas que se han alimentado en los restaurantes, que representan el 72,59%, del total de encuestados, a este valor se lo infirió para los 3848 turistas que visitan en cantón, dando como resultado 2793 turistas que se alimentan.

Para el cálculo de la demanda real de los centros de alimentación se multiplico el porcentaje de cada uno, por el total de los turistas que se alimentan, esto da como resultado la demanda real individual de cada centro de alimentación.

Cuadro # 15

Detalle	Frecuencia	%	Turistas que se alimentan	Demanda Real
Restaurante Caribe	102	35,66	2793	996
Restaurante Carlita	68	23,78	2793	664
Asadero Rey Pollo	45	15,73	2793	439
Restaurante Anshoesmi	28	9,79	2793	273
Brizas del Zamora	43	15,03	2793	420
Total	286	100		2793

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaboración: Mercy Carrillo y Maricela Yaguana

La demanda real del restaurante Caribe es de 996 turistas que se han alimentado en el año, en el restaurante Carlita, la demanda es de 664 turistas; del Asadero Rey Pollo es de 439 personas; en el Restaurante Ashoesmi la demanda real, es de 273 turistas, y del Restaurante Brizas del Zamora es de 420 turistas que se han alimentado.

7.1.2 Cálculo de la demanda Potencial

$$DP = DR(1 + i)^n$$

En donde:

DP= Demanda Potencial

DR = Demanda Real

1= Constante

i= Tasa de crecimiento del turismo en el Ecuador (7,38% hasta el mes de agosto de 2011)

n= Número de periodos.

7.1.2.1 Demanda potencial hotelera

Cuadro # 16

Detalle	Demanda real	(1+i)n	DEMANDA POTENCIAL				
			2012	2013	2014	2015	2016
Ecuamérica	439	1,0738	472	544	674	896	1279
Noche Mía	127	1,0738	136	157	195	259	369
Pensión Primavera	59	1,0738	63	73	90	119	170
Imperial	283	1,0738	304	351	434	577	824
Total	908		975	1124	1392	1851	2642

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaboración: Mercy Carrillo y Maricela Yaguana

La demanda potencial de turistas que se hospedarán en el Hotel Ecuamérica en el año 2012, es de 472; para el hotel Noche Mía es de 136 turistas; en la Pensión Primavera se hospedarán 63 turistas y para el hotel Imperial la demanda Potencial es de 304 turistas que se hospedarán en el año 2012.

7.1.2.2 Demanda Potencial de los centros de distracción en el año 2012

Cuadro # 17

Detalle	Demanda real	(1+i)n	DEMANDA POTENCIAL				
			2012	2013	2014	2015	2016
Balnearios	840	1,0738	902	1041	1288	1713	2445
Centros recreativos	1121	1,0738	1203	1387	1718	2284	3260
Áreas naturales	22	1,0738	23	27	33	44	63
Total	1982		2129	2455	3039	4041	5768

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaboración: Mercy Carrillo y Maricela Yaguana

La demanda potencial para los balnearios en el año 2012 es de 902 turistas, en los centros de recreación acudirán 1203 turistas y a las áreas naturales 23 turistas.

7.1.2.3 Demanda potencial de los centros de diversión

Cuadro # 18

Detalle	Demanda real	(1+i) ⁿ	DEMANDA POTENCIAL				
			2012	2013	2014	2015	2016
Bar Kadis	88	1,0738	94	109	135	179	256
Discoteca playas de Zumbi	107	1,0738	115	133	165	219	313
Barra - Bar La Choza	59	1,0738	63	73	90	119	170
Acuarios Karaoke	137	1,0738	147	169	210	279	398
Total	391	4	419	484	599	796	1136

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaboración: Mercy Carrillo y Maricela Yaguana

La demanda potencial del bar Kadis es de 94 turistas que acudirán al lugar en el año 2012, a la discoteca Playas de Zumbi acudirán 115 turistas; a la barra-bar La Choza 63 turistas, y al Acuarios Karaoke 147 turistas.

7.1.2.4 Demanda Potencial de los restaurantes

Cuadro # 19

Detalle	Demanda real	(1+i) ⁿ	DEMANDA POTENCIAL				
			2012	2013	2014	2015	2016
Restaurante Caribe	996	1,0738	1070	1233	1527	2030	2899
Restaurante Carlita	664	1,0738	713	822	1018	1354	1932
Asadero Rey Pollo	439	1,0738	472	544	674	896	1279
Restaurante Anshoesmi	273	1,0738	294	339	419	557	796
Brizas del Zamora	420	1,0738	451	520	644	856	1222
Total	2793		2999	3458	4282	5693	8128

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaboración: Mercy Carrillo y Maricela Yaguana

La demanda potencial del restaurante Caribe es de 1070 turistas que se alimentaran en el año 2012 , en el restaurante Carlita, la demanda será 713 turistas; del Asadero Rey Pollo de 472 personas; en el Restaurante Ashoesmi la demanda potencial, es de 294 turistas, y del Restaurante Brizas del Zamora es de 451 turistas que se alimentaran.

7.2 OFERTA DEL SECTOR TURÍSTICO DEL CANTÓN CENTINELA DEL CÓNDOR.

Cuadro # 20

OFERTA DE RESTAURANTES						
Razón Social	Nombre del propietario	Dirección	Servicios que ofrece	Nro. de empleados	Horario de atención	Capacidad Instalada
Restaurant "CARIBE"	Sra. Sandra Carpio	24 de Mayo, entre Leopoldo Arce y Antonio María Isasi	Desayunos Almuerzos Meriendas Platos a la carta	3	Lunes a domingo	El restaurante tiene la capacidad para atender 35 clientes por hora, ya cuenta con 8 mesas, de 4 sillas cada una, y una mesa con 3 sillas.

Restaurant Comedor "CARLITA"	Sra. Rosa Pinto Briones	Leopoldo Arce y Marco Ovidio Soto	Desayunos Almuerzos Meriendas	0	Lunes a domingo	El restaurante tiene la capacidad para atender 16 clientes por hora, ya cuenta con 4 mesas, de 4 sillas cada una.
(Sin nombre)	Sra. Felicia Paz	24 de Mayo, y Antonio María Isasi	Desayunos Almuerzos Meriendas Platos a la carta	1	Lunes a domingo	El restaurante tiene la capacidad para atender 16 clientes por hora, ya cuenta con 4 mesas, de 4 sillas cada una.

Restaurante KEYT	Sr. Hugo Granda	Cariamanga entre Leopoldo Arce y Antonio María Isasi	Desayunos Almuerzos Meriendas Platos a la carta	1	Lunes a domingo	El restaurante tiene la capacidad para atender 35 clientes por hora, ya cuenta con 8 mesas, de 4 sillas cada una, y una mesa con 3 sillas.
Restaurant ANSHOESMI	Sra. Estela Guerrero	24 de Mayo y Leopoldo Arce	Desayunos Almuerzos Meriendas	0	Lunes a domingo	El restaurante tiene la capacidad para atender 12 clientes por hora, ya cuenta con 3 mesas, de 4 sillas cada una.

RESTAURANT "YOLITA"	Sra. Fanny Yolanda Benítez Gordillo	24 de Mayo, y Antonio María Isasi	Desayunos Almuerzos Meriendas	2	Lunes a domingo	El restaurante tiene la capacidad para atender 20 clientes por hora, ya cuenta con 5 mesas, de 4 sillas cada una.
RESTAURANT "PLAYAS DE ZUMBI"	Sr. Carlos Guamán	1 km. Del centro la ciudad de Zumbi	Platos a la carta	2	Sábado y domingo	El restaurante tiene la capacidad para atender 20 clientes por hora, ya cuenta con 5 mesas, de 4 sillas cada una.

ASADERO "D' PANCH CHIKEN"	Sra. Rocío Quezada	Cariamanga y Leopoldo Arce	Pollo horneado Papi pollo Papi carne Salchipapa Hamburguesas Porciones	2	Lunes a domingo	El restaurante tiene la capacidad para atender 16 clientes por hora, ya cuenta con 4 mesas, de 4 sillas cada una, y dos asientos para bebés.
ASADERO "REY POLLO"	Sra. Rosa Sambrano	Antonio María Isasi y Marco Ovidio Soto	Cecinas, pollo horneado, guatitas, costilla de chanco	1	Lunes a domingo	El restaurante tiene la capacidad para atender 20 clientes por hora, ya cuenta con 5 mesas, de 4 sillas cada una.
BAR ASADERO "BRISAS DEL ZAMORA"	Sra. Deysi Soto	Jaime Roldos y Av. Unidad Nacional	Asados, cecinas, cuyes, bebidas	0	Lunes a domingo	El restaurante tiene la capacidad para atender 150 clientes cada 2 horas.

OFERTA TURÍSTICA HOTELERA						
Razón Social	Nombre del propietario	Dirección	Servicios que ofrece	Nro. de empleados	Horario de atención	Capacidad Instalada
HOTEL "NOCHE MÍA"	Sr. Rommel Gonzáles	Cariamanga y Leopoldo Arce	Habitaciones matrimoniales, dobles y simples	1	Lunes a domingo	2 habitaciones dobles 4 habitaciones Matrimoniales 5 habitaciones simples.
HOTEL "IMPERIAL"	Sra. Regina Jiménez	Cariamanga entre Leopoldo Arce y Antonio María Isasi	Habitaciones dobles y simples	1	Lunes a domingo	33 habitaciones dobles 10 habitaciones simples.
HOTEL "ECUAMÉRICA"	Sra. Patricia Camacho	Cariamanga entre Leopoldo Arce y Antonio María Isasi	Habitaciones dobles y simples	1	Lunes a domingo	3 habitaciones dobles 8 habitaciones simples.

PENSIÓN "PRIMAVERA"	Sra. Teodolfina Emperatriz Merino	Cariamanga y Aurelio Espinoza Polit	Habitaciones matrimoniales, dobles y simples	0	Lunes a domingo	3 habitaciones matrimoniales 3 habitaciones dobles 3 habitaciones simples.
------------------------	--	---	--	---	--------------------	---

OFERTA DE CENTROS DE DIVERSIÓN						
Razón Social	Nombre del propietario	Dirección	Servicios que ofrece	Nro. de empleados	Horario de atención	Capacidad Instalada
BAR "KADIS"	Sr. Vicente Rodrigo Rivera Bao	Cariamanga y Aurelio Espinoza Polit	Karaoke Pista de baile Cócteles Bebidas Entrada libre	1	Jueves, viernes y sábado.	El bar tiene la capacidad para atender a 80 personas
"ACUARIOS KARAOKE"	Sra. Milenia Viñan	Cariamanga y Aurelio Espinoza Polit	Karaoke Pista de baile Cócteles Bebidas Entrada libre	2	Miércoles a sábado.	El bar tiene la capacidad para atender a 100 personas

BARRA BAR "LA CHOZA"	Sr. Carlos Soto	barrio San José	Licores, Karaoke Pista de baile Cócteles Bebidas Entrada libre	1	Viernes y sábados	El bar tiene la capacidad para atender a 100 personas
BAR RESTAURANT "BALCÓN DE BENITO"	Sr. Bladimir Jiménez	1 km. Del centro la ciudad de Zumbi	Comidas y bebidas	2	Lunes a domingo	El bar restaurant tiene la capacidad para atender a 60
DISCOTECA "PLAYAS DE ZUMBI"	Sr. Carlos Guamán	1 km. Del centro la ciudad de Zumbi	Karaoke Pista de baile Bebidas	2	Martes a domingo	El bar restaurant tiene la capacidad para atender a 200

CENTROS DE DISTRACCIÓN						
Razón Social	Nombre del propietario	Dirección	Servicios que ofrece	Nro. de empleados	Horario de atención	Capacidad Instalada
CENTRO RECREACIONAL MUNICIPAL "PLAYAS DE ZUMBI"	Gobierno Municipal	1 km. Del centro la ciudad de Zumbi	Piscina Tobogán Canchas deportivas Cabañas Servicios higiénicos.	2	Lunes a domingo	Atiende a 50 personas diarias, y en carnavales más de 10000 personas.

ATRATIVOS NATURALES						
Razón Social	Nombre del propietario	Dirección	Servicios que ofrece	Nro. de empleados	Horario de atención	Capacidad Instalada
Cascada San Francisco "La Bulliciosa"	Gobierno Municipal	Barrio San Francisco	Biodiversidad de flora y fauna	0	-	-
Cascada "Las Lianas"	Gobierno Municipal	Barrio Panguintza Alto	Biodiversidad de flora y fauna	0	-	-
Cascada "Gallito de la Peña"	Gobierno Municipal	Barrio San Eduardo	Biodiversidad de flora y fauna	0	-	-
Cascada "La Rocallosa"	Gobierno Municipal	barrio San Miguel de la Hueca	Biodiversidad de flora y fauna	0	-	-
Cascada "La Yamala"	Gobierno Municipal	Barrio San Miguel de la Hueca	Biodiversidad de flora y fauna	0	-	-

Laguna Natural "El Lagarto"	Gobierno Municipal	Barrio Tuntiak	Biodiversidad de flora y fauna, pesca deportiva	0	-	-
--------------------------------	-----------------------	----------------	---	---	---	---

Fuente: Investigación de Mercado
Elaboración: Mercy Carrillo y Maricela Yaguana

7.3 ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

Para realizar la propuesta, de las estrategias de difusión se tomó en cuenta el diagnóstico del cantón y el análisis FODA.

MATRIZ FODA

CUADRO # 21

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ☉ Abundancia de recursos hídricos. ☉ Biodiversidad de flora y fauna. ☉ Alto valor histórico y tradicional en las culturas Shuar y Saraguro. ☉ Áreas verdes ecológicas, libres de contaminación. ☉ Disponibilidad de transporte terrestre, público y privado, a disposición de los demandantes, las 24 horas del día. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Limitado acceso de la población del cantón, a los servicios de comunicación (telefonía fija, televisión, prensa escrita, internet). ➤ Baja cobertura de las telecomunicaciones. ➤ Falta de organización, de los propietarios de los servicios turísticos. ➤ Red vial deficitaria y con limitado mantenimiento. ➤ Limitada protección de las áreas naturales, y aumento de la tala de los bosques. ➤ Infraestructura turística, inadecuada para ofrecer un servicio de calidad. ➤ Falta de publicidad, de los servicios turísticos, en los medios de comunicación.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ♠ Apoyo del gobierno para el fomento y desarrollo del turismo ♠ Programas de difusión. Culturales por parte del Ministerio de turismo. ♠ Crecimiento del Turismo en la región y el país. ♠ Aumento de la preferencia de los turistas, por el ecoturismo. ♠ Demanda creciente de los servicios turísticos. ♠ Aumento de los ingresos económicos, en la población del cantón. ♠ Promoción de la oferta turística del cantón, a nivel nacional 	<ul style="list-style-type: none"> ☠ Desarrollo turístico en otras ciudades del país con mayor difusión en los medios de comunicación. ☠ Contaminación del medio ambiente.

Fuente: Investigación de Mercado

Elaboración: Mercy Carrillo y Maricela Yaguana

7.3.1 ESTRATEGIAS DE LA MATRIZ FODA

Cuadro # 22

ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
☹ Atraer nuevos turistas, promocionando los atractivos naturales y culturales del cantón, por medio de la radio y prensa escrita.	➤ Promocionar en el internet los servicios que ofrece la oferta turística.
ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
♠ Promocionar el turismo natural y cultural del cantón, mediante la colocación de vallas publicitarias	☠ Promocionar por medio de la televisión, los distintos lugares turísticos que ofrece el cantón.

Fuente: Investigación de Mercado

Elaboración: Mercy Carrillo y Maricela Yaguana

7.3.1.1 Estrategia 1

Atraer nuevos turistas, promocionando los atractivos naturales y culturales del cantón, por medio de la radio y prensa escrita.

ACTIVIDADES:

- ☉ Elaborar y diseñar el modelo de la cuña radial.
- ☉ Elegir las radios en las cuales se va a promocionar la oferta turística.
- ☉ Elaborar y diseñar el modelo del anuncio publicitario.
- ☉ Elegir el diario en donde se publicara el anuncio de la oferta turística.

Responsables

Diana Saavedra, encargada de la unidad de turismo

Dr. Enner Soto, Alcalde del cantón Centinela del Cóndor

Presupuesto

Cuadro #23

Medio de comunicación	Nro.	Costo unitario	Costo total mensual	Costo Total Anual
Radio Poder	60 cuñas mensuales	4,83	289,8	3477,6
La Hora	8 veces al mes	4,4	35,2	422,4
Total			325	3900
Fuente: Investigación de Mercado Elaboración: Mercy Carrillo y Maricela Yaguana				

Tiempo de ejecución

60 días

Desarrollo de la cuña radial y del anuncio publicitario.

Modelo de la Cuña radial

EL MUNICIPIO DEL CANTÓN CENTINELA DEL CÓNDOR INVITA A CONOCER UN LUGAR LLENO DE EXÓTICAS PLANTAS, ANÍMALES, AVES, LAGUNAS Y CASCADAS NATURALES ÚNICAS EN EL MUNDO, ADEMÁS EN SU VISITA PUEDE CONOCER LAS CULTURAS, SHUAR Y SARAGURO, LAS CUALES GUARDAN GRANDES CONOCIMIENTOS ANCESTRALES, COMO TAMBIÉN PUEDE DEGUSTAR DE LA GASTRONOMÍA TÍPICA DEL LUGAR COMO EL AYAMPACO, CALDO DE CORRONCHO, YAMALA AZADA, CHICHA DE CHONTA Y DE YUCA.

VEN Y CONOCE EL JARDÍN ECOLÓGICO DE LA AMAZONÍA

NOTA: la cuña radial debe contener un fondo musical del cantar de las aves y el sonido natural de las cascadas propias del lugar.

Modelo del anuncio publicitario por medio de la prensa

EL MUNICIPIO DEL CANTÓN
CENTINELA DEL CÓNDOR
INVITA A CONOCER UN
LUGAR LLENO DE EXÓTICAS
PLANTAS, ANÍMALES, AVES,
LAGUNAS Y CASCADAS
NATURALES ÚNICAS EN EL
MUNDO, ADEMÁS EN SU
VISITA PUEDE CONOCER LAS
CULTURAS, SHUAR Y
SARAGURO, LAS CUALES
GUARDAN GRANDES
CONOCIMIENTOS
ANCESTRALES, COMO
TAMBIÉN PUEDE DEGUSTAR
DE LA GASTRONOMÍA
TÍPICA DEL LUGAR COMO EL
AYAMPACO, CALDO DE
CORRONCHO, YAMALA
AZADA, CHICHA DE CHONTA
Y DE YUCA.



7.3.1.2 Estrategia 2

Promocionar en el internet los servicios que ofrece la oferta turística.

ACTIVIDADES:

- ☉ Elaborar el link. en la página web www.municipiocentineladelcóndor.gob.ec
- ☉ Diseñar el formato para cada negocio de la oferta turística.
- ☉ Subir la información de la oferta turística al link

Responsables

Diana Saavedra, encargada de la unidad de turismo

Dr. Enner Soto, Alcalde del cantón Centinela del Cóndor

Propietarios de la oferta turística.

Presupuesto

El costo por crear el link y subir la información de la oferta turista tendrá un costo de \$ 10 dólares.

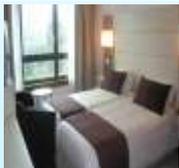
Tiempo de ejecución

120 días

Proceso de creación del link en internet.



MODELO DE LA PORTADA PARA LOS HOTELES



HOTEL NOCHE MÍA
PROPIETARIO: ROMMEL GONZALES

OFRECE:

HABITACIONES MATRIMONIALES, DOBLES Y
SIMPLES, AGUA CALIENTE Y TV CABLE

DIRECCIÓN: calles Cariamanga y Leopoldo Arce

Atendemos de lunes a domingo

VEN Y DISFRUTA EL PLACER DE DESCANSAR

MODELO DE LA PORTADA PARA LOS RESTAURANTES



RESTAURANTE “YOLITA”

**PROPIETARIA: YOLANDA
BENÍTEZ**

OFRECEMOS:

Desayunos, almuerzos y meriendas

DIRECCIÓN: calles 24 de Mayo, entre Leopoldo Arce
y Antonio María Isasi

Atendemos de lunes a domingo

VEN Y DISFRUTA DE LA COMIDA SANA

MODELO DE LA PORTADA PARA LOS CENTROS DE DIVERSIÓN



BAR LA CHOZA

**PROPIETARIO: CARLOS
SOTO**

Karaoke, pista de baile, licores, cócteles, bebidas

DIRECCIÓN: Barrio San José

Atendemos los viernes y sábados

**VEN Y DIVIÉRTETE EN UN AMBIENTE SANO Y
ACOGEDOR**

Entrada libre

7.3.1.3 Estrategia 3

Promocionar por medio de la televisión, los distintos lugares turísticos que ofrece el cantón.

ACTIVIDADES:

- C* Elaborar y diseñar el modelo del spot publicitario.
- C* Elegir el medio televisivo por el cual se va a promocionar la oferta turística.

Responsables

Diana Saavedra, encargada de la unidad de turismo

Dr. Enner Soto, Alcalde del cantón Centinela del Cóndor

Presupuesto

El costo de cada spot televisivo en el canal ECOTEL es de \$ 50 dólares, al mes se transmitirá 8 spot publicitarios dándonos un costo total de publicidad mensual de \$ 400 dólares, y anual de \$ 4800 dólares

Tiempo de ejecución

60 días

Desarrollo del Spot televisivo

CENTINELA DEL CÓNDOR, JARDÍN ECOLÓGICO DE LA AMAZONÍA



TE INVITA A VIVIR UNA EXPERIENCIA INOLVIDABLE LLENA DE
DIVERSIÓN Y AVENTURAS, DURANTE SU ESTADÍA PUEDE
DISFRUTAR DE SUS CASCADAS:

LAS LIANAS



ROCA LISA



LA YAMALA



GALLITO DE LA PEÑA



SAN FRANCISCO



LAGUNA DE TUNTIK



DEL RÍO ZAMORA, Y SU PUENTE COLGANTE



DE SU FLORA



Y FAUNA



SU CULTURA, COSTUMBRES Y TRADICIONES



ADEMÁS PUEDE DEGUSTAR DE LA GASTRONOMÍA TÍPICA

Caldo de Corroncho Chicha de yuca

Ayampaco



**CENTINELA DEL CÓNDOR UN PARAÍSO
AMAZÓNICO POR DESCUBRIR**

7.3.1.4 Estrategia 4

Promocionar el turismo natural y cultural del cantón, mediante la colocación de vallas publicitarias.

ACTIVIDADES:

- C* Elaborar y diseñar el modelo de la valla.
- C* Elegir el lugar donde se colocara la valla.

Responsables

Diana Saavedra, encargada de la unidad de turismo

Dr. Enner Soto, Alcalde del cantón Centinela del Cóndor

Presupuesto

El costo de una valla de 150 cm de alto por 100 cm es de \$ 250 dólares, el número de vallas que se elaborarán es de tres dando un costo de \$ 750 dólares

Tiempo de ejecución

6 meses

Desarrollo de la valla publicitaria



**CASCADA
LAS
LIANAS**

**CENTINELA DEL
CÓNDOR JARDÍN
ECOLÓGICO DE LA
AMAZONÍA**

**VEN Y DISFRUTA
DE UNAS
INOLVIDABLES
VACACIONES**

ETNIA SHUAR

The advertisement is a rectangular banner with a light green background. It is divided into four quadrants. The top-left quadrant shows a waterfall cascading down a rocky cliff, surrounded by dense green foliage. The top-right quadrant contains bold red text. The bottom-left quadrant contains bold blue text. The bottom-right quadrant shows a group of people, including men and women in traditional blue and white clothing, standing in front of a traditional thatched-roof hut. The sky is blue with some clouds.

Nota

Se realizará tres vallas publicitarias las que se ubicarán en: en el terminal de Terrestre de la ciudad de Loja, en la entrada a la Ciudad de Gualaquiza y en la entrada del cantón Centinela del Cóndor.

7.4 PRESUPUESTO TOTAL

CUADRO # 24

Estrategia	Costo Total
Estrategia 1	3900
Estrategia 2	10
Estrategia 3	4800
Estrategia 4	750
Total	9460
Fuente: Investigación de Mercado	
Elaboración: Mercy Carrillo y Maricela Yaguana	

El presupuesto total para el cumplimiento de las estrategias es de \$ 9469 dólares.

CONCLUSIONES

8. CONCLUSIONES

- ✓ El 4,69% de los ingresos económicos del cantón, son generados por el turismo
- ✓ El 90,11% de la población urbana y rural del cantón tiene acceso al servicio de energía eléctrica.
- ✓ El 49,39% de la población tiene acceso a la telefonía fija, el 0,69% a internet, y el 74,5%, tiene acceso a la telefonía celular, la cual es prestada por las empresas de CLARO Y MOVISTAR.
- ✓ En el cantón existen 99,22 kilómetros de vías afirmadas, con material de río y de cantera, las cuales en su mayoría se encuentran en regular estado
- ✓ El 27,92% de los turistas que ingresan al cantón son de género masculino y su estado civil es soltero.
- ✓ El 74,62% de los turistas que ingresan al cantón son de las provincias de Loja y el Oro.
- ✓ El 49,75% de los turistas han visitado el cantón solos y el 17,77% ha visitado el lugar con dos personas.
- ✓ El 23,60% de los turistas visita el cantón cada fin de semana y su tiempo de permanencia es menos a un día.
- ✓ El promedio de consumo diario de cada turista es de \$ 13,83 dólares

- ✓ El 48,58% de los turistas que visitan el cantón desconocen, de los lugares de distracción, y únicamente el 0,56% ha visitado las áreas naturales.
- ✓ Los turistas que visitan el cantón son de clase media, y el tipo de turismo que se puede realizar en el cantón Centinela del Cóndor, es el ecoturismo, ya que el cantón posee una gran biodiversidad de flora y fauna y el turismo cultural, en las etnias Shuar y Saraguro.
- ✓ La demanda real hotelera es de 908 turistas que se hospedan al año, de los centros de diversión es de 391, de los centros de distracción es de 1982 turistas y de los lugares de alimentación es de 2793 turistas que se alimentan en el año.
- ✓ La demanda potencial para el año 2012 de los hoteles es de 975 turistas que se hospedarán, de los centros de diversión es de 419 turistas, de los centros de distracción es de 2129 turistas y de los lugares de alimentación es de 2999 turistas que se alimentarán.
- ✓ El hotel Imperial es el que tiene más capacidad instalada para atender a los turistas ya que puede hospedar a 73 clientes por noche. El centro recreacional Playas de Zumbi tiene la capacidad para atender 10000 personas diarias, sin embargo la capacidad utilizada es de 50 personas por día.
- ✓ En el Cantón Centinela del Cóndor, no existe una publicidad que dé a conocer lo servicios que ofrece la oferta turística del lugar.

- ✓ El costo total para cumplir con las estrategias de publicidad es de \$ 9460 dólares.

RECOMENDACIONES

9. RECOMENDACIONES

- ✓ Se debe fomentar el turismo en el cantón, para incrementar los ingresos, y mejorar la economía de la población y el cantón.
- ✓ Las vías de comunicación deben recibir un mantenimiento adecuado, para mejorar el acceso al cantón y la calidad de vida de los habitantes
- ✓ Se debe ampliar la cobertura de las telecomunicaciones, para mejorar la calidad de vida de la población.
- ✓ Se debe llevar a cabo las estrategias de publicidad planteadas para promocionar los atractivos naturales, culturales y los servicios que ofrece la oferta turística, para atraer más turistas al cantón y de esta forma incrementar la demanda de servicios turísticos.
- ✓ Los restaurantes deben mejorar la calidad del servicio que ofrecen implementando una gran variedad de platos en el menú, especialmente los típicos de lugar, cumpliendo con las normas sanitarias y mejorando la preparación de los alimentos.
- ✓ Los hoteles deben mejorar la calidad del servicio, ofreciendo habitaciones amplias y cómodas e implementar los servicios de tv cable y baño privado en cada una de las habitaciones.

BIBLIOGRAFÍA

10.BIBLIOGRAFÍA

- ✓ MALHOTRA, NARESH K. Investigación de Mercados, Cuarta Edición, editorial Pearson Educación, México 2004, Pág. 7, 9, 10 y 11
- ✓ CASADO DÍAS ANA BELÉN, SELLERS RUBIO RICARDO. Introducción al Marketing, Editorial Club Universitario, Pág. 102
- ✓ GRECO ORLANDO. Diccionario de Economía, Editorial Valletta Ediciones 2009. Pág. 177
- ✓ Fischer Laura y Espejo Jorge, Mercadotecnia, Tercera Edición, Mc Graw Hill, Pág. 243
- ✓ HUERTAS GARCÍA Rubén, DOMÍNGUEZ GALCERÁN Rosa. Decisiones Estratégicas Para La Dirección De Operaciones En Empresas De Servicios Editorial Gráficas Rey. S.I. año 2008 Pág. 174
- ✓ MIRANDA MIRANDA, Juan José. Gestión de Proyectos: Identificación, Formulación, Evaluación Financiera, Económica, Social, Ambiental, Quinta Edición, Editora Guadalupe Ltda. Bogotá 2005, Pág. 119
- ✓ CROSBY ARTURO, Desarrollo y Gestión del Turismo en Áreas Naturales, Primera Edición, Pág. 14
- ✓ QUEZADA CASTRO RENATO. Elementos del Turismo, Primera Edición, editorial Universal Estatal a Distancia, Pág. 101 a 107

- ✓ CABARCOS NOVÁS NOELIA. .Promoción y Venta de Servicios Turísticos, Primera Edición, Editorial Ideaspropias. Vigo, 2006, Pág. 4
- ✓ QUEZADA CASTRO RENATO. Elementos del Turismo, Primera Edición, editorial Universal Estatal a Distancia.
- ✓ Plan de Desarrollo Estratégico del Cantón Centinela del Cóndor, Pág. 1 y 3

ANEXOS

11.ANEXOS

11.1 ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS QUE INGRESAN AL CANTÓN



Agradecemos a usted de manera muy especial por concedernos un espacio de su tiempo, y de antemano le sugerimos, en contestar a las interrogantes que se plantean a continuación, con la finalidad de poder realizar el siguiente trabajo de investigación denominado Estudio de mercado del sector turístico del cantón Centinela del Cóndor.

DATOS PERSONALES

Sexo Hombre () Mujer ()

ESTADO CIVIL: Soltero () Casado () Unión de Hecho () Viudo ()
Divorciado ()

TURISTA: Regional () Nacional () Extranjero ()

1.Cuando viaja lo hace:

Marque con una X una sola opción

Solo ()

Con más personas () cuantas.....

2.¿Con qué frecuencia usted viaja al cantón Centinela del Cóndor?

Marque con una X una sola opción

Cada fin de semana ()

Cada quince días () Cada mes ()

Cada tres meses () Otros.....

3.¿Cuántos días permanece en el lugar?

Menos de un día () 1 día () 2 días () 3 días ()

Otros.....

4.Cuánto gasta en su visita

Marque con una X una sola opción

\$ 3 \$ 5 \$ 10 \$ 15 \$ 20 Otros

ALOJAMIENTO

5.¿Conoce usted los lugares de alojamiento del cantón Centinela del Cóndor?

Si () No ()

6.Si su respuesta anterior fue positiva en qué lugar se hospeda.

Marque con una X una sola opción

Hotel () Casa de familiares () Cabañas ()

Otros.....

7.¿Cuántas veces se ha hospedado en ese hotel?

Marque con una X una sola opción

Una vez () dos veces () tres veces ()

Otros.....

8. Si su respuesta anterior fue hotel.Cuál es el nombre del hotel.

.....

9. Los servicios que ofrece el hotel que usted se hospeda son:

Excelentes () Buenos () Regulares () Malos ()

Por qué.....

10. Si los servicios no fueron excelentes cuáles fueron los problemas que encontró

.....

11. Que otro servicio le gustaría que se implemente en este lugar de hospedaje

.....

DISTRACCIÓN

12. Conoce usted los lugares de distracción del cantón Centinela del Cóndor

Si () No ()

13. Si su respuesta anterior fue positiva en qué lugar se distrae.

Marque con una X una sola opción

Balnearios () Centros recreativos ()

Áreas naturales ()

Otros.....

14. ¿Cómo se llama el lugar de distracción que usted visita?

.....

15. Los servicios que ofrece este centro de distracción son:

Excelentes () Buenos () Regulares () Malos ()

Por qué.....

16. Si los servicios no fueron excelentes cuáles fueron los problemas que encontró

.....

17. Que otro servicio le gustaría que se implemente en este lugar de distracción

.....

DIVERSIÓN

18. ¿Conoce usted los lugares de diversión del cantón Centinela del Cóndor?

Si () No ()

19. Si su respuesta anterior fue positiva en qué lugar se divierte.

Marque con una X una sola opción

Discoteca () Bar- karaoke ()

Otros.....

20. Como se llama el lugar de diversión que usted asiste.

.....

21. Los servicios que ofrece este centro de diversión son:

Marque con una X una sola opción

Excelentes () Buenos () Regulares () Malos ()

Por qué.....

22. Si los servicios no fueron excelentes cuáles fueron los problemas que encontró

.....

23. ¿Cuál es valor que usted consume en estos centros de diversión?

\$ 5 () \$ 20 ()

\$ 10 ()

Otros.....

\$ 15 ()

24. Que otro servicio le gustaría que se implemente en este lugar de diversión

.....

ALIMENTACIÓN

25. ¿Conoce usted los lugares de alimentación del cantón Centinela del Cóndor?

Si () No ()

26. Si su respuesta anterior fue positiva en qué lugar se alimenta. Marque con una X una sola opción

Agachaditos () Restaurant () Asaderos ()

Otros.....

27. Los servicios que ofrece este lugar son: Marque con una X una sola opción

Excelentes () Buenos () Regulares () Malos ()

Por qué.....

28. Si los servicios no fueron excelentes cuáles fueron los problemas que encontró

.....

11.2 ENTREVISTA APLICADA A LOS OFERTANTES DEL CANTÓN CENTINELA DEL CÓNDOR

Razón Social:

.....

Nombre del Gerente, Propietario o Encargado:

.....

Ubicación de negocio:

.....

1. ¿Cuál es la capacidad total del negocio?
2. ¿Cuáles son los servicios que ofrece usted en su negocio?
3. ¿Cuál es el precio que cobra por los servicios que ofrece?
4. ¿Cuál es el número de empleados con el que usted cuenta para atender su negocio?

Lugar de Observación:
Fecha y Hora de Observación:
Objetivo de la Observación:
Descripción:
Responsable:

11.3 GUÍA DE OBSERVACIÓN.

ÍNDICE

12.ÍNDICE

CERTIFICACIÓN.....	II
AUTORÍA.....	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
DEDICATORIA.....	V
TÍTULO.....	7
RESUMEN.....	9
INTRODUCCIÓN.....	16
REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	21
MATERIALES Y MÉTODOS.....	43
RESULTADOS.....	50
DISCUSIÓN.....	107
Demanda.....	107
Oferta.....	115
Estrategias de difusión del sector turístico.....	125
Matriz FODA.....	125
<i>CONCLUSIONES</i>	141

RECOMENDACIONES.....	145
BIBLIOGRAFÍA.....	147
ANEXOS.....	150
ÍNDICE.....	158