

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

**FACULTAD DE TURISMO Y PRESERVACIÓN AMBIENTAL,
HOTELERÍA, Y GASTRONOMÍA**

CARRERA DE TURISMO Y PRESERVACIÓN AMBIENTAL

**TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y PRESERVACIÓN
AMBIENTAL**

TEMA

**“PLAN DE MARKETING TURÍSTICO PARA EL ÁREA NACIONAL DE
RECREACIÓN EL BOLICHE CON EL FIN DE PROMOCIONAR E
INCREMENTAR EL DESARROLLO SOCIO-ECONÓMICO DE LA
ZONA”**

AUTORA

PAMELA CRISTINA GONZÁLEZ BÁEZ

DIRECTOR

LCDO. FRANCISCO JARA PADILLA, Ms.

CO - DIRECTORA

DRA. ALEXANDRA ENDARA

QUITO, NOVIEMBRE 2011

AGRADECIMIENTO

Durante todos estos años de estudio, me ha tocado enfrentar momentos de tristeza y de éxito en los cuales siempre encontré personas cercanas a mí que me ayudaron y me impulsaron a seguir adelante; en mi empeño de culminar mi carrera.

Por esto agradezco ante todo y en primer lugar a Dios a quien recurrí en mis momentos de flaqueza y angustia.

Agradezco a mis padres Normy y Hugo quienes con su constancia y perseverancia me supieron apoyar cada instante de mi carrera universitaria; a ellos quienes siempre estuvieron a mi lado impulsándome a seguir, a no darme por vencida Gracias.

A mi hermana Alexa y a mi sobrina preferida Alejita.

A Jorge por el apoyo brindado en todo momento.

A mis profesores universitarios por brindarme sus conocimientos y enseñanzas.

Al Lic. Francisco Jara Padilla, Ms., mi guía y mi tutor, quien me ayudó en la realización de la presente Tesis.

A la MSc. Alexandra Endara mi codirectora por el apoyo brindado para la realización de la misma.

Finalmente quiero agradecer a todas aquellas personas que de una u otra forma me apoyaron durante mi carrera universitaria.

DEDICATORIA

Dedico esta Tesis a las personas quienes siempre estuvieron a mi lado:

Mis padres Normy y Hugo,

 Mi hermana Alexa,

 Mis amigas,

 Mis profesores.

RESPONSABILIDAD

Del contenido total del presente documento me hago responsable.

Pamela Cristina González Báez

C. I. 1719114744

CERTIFICACIÓN

Certificamos que la presente investigación fue realizada en su totalidad por la egresada Pamela Cristina González Báez como requerimiento parcial al título de Ingeniera en Gestión Turística y Preservación Ambiental.

Lcdo. Francisco Jara Padilla, Ms.
DIRECTOR DE TESIS

Dra. Alexandra Endara
CO - DIRECTORA

RESUMEN

El Boliche es una de las áreas protegidas más pequeñas del país pero no menos importante, se la denominó El Boliche debido a la hondada que existe en el sector de las cabañas.

Hace muchos años El Boliche fue parte de una de las grandes haciendas de la Sierra ecuatoriana, llamada Romerillos su último dueño fue el francés Manuel Hermann, cuando falleció la hacienda se dividió y varias de estas partes fueron compradas por diferentes propietarios de haciendas aledañas pero en 1928 esta área paso a ser propiedad del Estado.

En 1928 Luciano Andrade Marín plantó los primeros pinos en El Boliche, desde entonces los árboles se han apoderado del paisaje y Don Luciano, como era conocido en esa época, se convirtió en uno de los pioneros de la reforestación en el Ecuador.

Luciano Andrade Marín fue un quiteño que desde muy joven mostró interés por la naturaleza, lo cual lo llevó a dirigir sus estudios a la geografía y agricultura; en los años 20 fue nombrado Director General de Agricultura, cargo desde el cual fomentó la creación de estaciones experimentales agropecuarias y forestales entre las cuales se encontraba la estación de altura Cotopaxi que en 1976 se convertiría en el Área Nacional de Recreación El Boliche.

La presencia de pinos en El Boliche ha hecho de este lugar atractivo y diferente, estos árboles fueron sembrados en El Boliche como un experimento de adaptación realizado por Luciano Andrade; sin embargo, sin esta intervención hoy no podríamos disfrutar de un paisaje diferente aunque ajeno a la naturaleza de los páramos.

Actualmente se están realizando dentro del área actividades de reforestación con plantas nativas de la zona como son el Pumamaqui, Aretes de Virgen, Chilca, Veneno de perro, Pajonales, Espino de chivo, Romerillo, Mora Andina, Valeriana, helechos, Shanshi, Mortiño etc.

La Introducción del presente trabajo contiene el protocolo de la Tesis.

En el Capítulo I se revisan las pautas y términos para poder comprender y sustentar la investigación.

En el Capítulo II se realiza el análisis del entorno interno: la extensión del Área, sus límites, clima, descripción de los atractivos, entre otros importantes factores.

En el Capítulo III se estudia el análisis del entorno externo: el ambiente económico, tecnológico, cultural, legal – político y natural.

El Capítulo IV contiene el estudio de mercado, en el cual se utilizan técnicas cuantitativas como cualitativas que se aplican en el área y las personas que la visitan para conocer el comportamiento de los consumidores, sus preferencias, conocer el porqué visitan El Boliche y qué implementarían o quitarían al mismo.

El Capítulo IV es la esencia de este trabajo, es decir el plan de marketing que busca, con su implementación, atraer el turismo nacional e internacional.

Finalmente se plantean las conclusiones y recomendaciones de la presente investigación.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

I.	Tema	17
II.	Planteamiento del problema	17
III.	Objetivos	18
IV.	Justificación e importancia	19
V.	Delimitación de la investigación	20
VI.	Métodos de investigación	20
VII.	Técnicas de la investigación	21

CAPÍTULO I

MARCO REFERENCIAL

1.1	Marco teórico	23
1.1.1	Sistema Nacional de Áreas Protegidas	23
1.1.1.1	Categorías de manejo del SNAP	24
1.1.1.2	Actual conformación del Sistema Nacional de Áreas Protegidas	25
1.1.2	Plan de marketing turístico	28
1.2	Marco conceptual	30
1.3	Hipótesis	32

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DEL ENTORNO INTERNO

2.1	Reseña	33
2.2	Ubicación y extensión	34
2.3	Clima	34
2.4	Altitud	35
2.5	Límites	35
2.6	Flora	35
2.7	Fauna	51
2.8	Infraestructura vial	54
2.9	Servicios básicos	54

2.10	Infraestructura turística	55
2.11	Descripción de los atractivos	56
2.12	Visitantes e ingresos anuales del Área Nacional de Recreación El Boliche	67

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DEL ENTORNO EXTERNO

3.1	Ambiente económico	70
3.1.1	Turismo interno	73
3.2	Ambiente tecnológico	76
3.3	Ambiente cultural	76
3.4	Ambiente legal - político	77
3.5	Ambiente natural.....	78

CAPÍTULO IV

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

4.1	Objetivos.....	79
4.1.1	Objetivo general.....	79
4.1.2	Objetivos específicos	79
4.2	Población.....	80
4.3	Tamaño de la muestra.....	80
4.4	Técnica para recopilar la información	81
4.4.1	Entrevista	81
4.4.1.1	Conclusiones de la entrevista	87
4.4.2	Encuestas turistas nacionales	87
4.4.3	Encuestas a turistas internacionales (inglés)	88
4.5	Resultados de la investigación	90
4.6	Conclusiones de la investigación	101

CAPÍTULO V

FORMULACIÓN DEL PLAN DE MARKETING

5.1	Misión del plan de marketing.....	103
5.2	Visión del plan de marketing	104
5.3	Objetivos del plan de marketing	104

5.4	Análisis.....	104
5.4.1	Análisis de oferta y demanda	105
5.4.1.1	Análisis de la demanda	105
5.4.1.2	Análisis de la oferta	111
5.4.2	Análisis FODA	119
5.4.2.1	Fortalezas.....	121
5.4.2.2	Debilidades.....	121
5.4.2.3	Oportunidades	122
5.4.2.4	Amenazas.....	122
5.5	Mercado meta.....	123
5.6	Posicionamiento	123
5.7	Estrategia genérica.....	124
5.8	Estrategia de la mezcla de marketing	125
5.8.1	Estrategia de producto.....	125
5.8.1.1	Elaborar el plan de desarrollo turístico del ANRB	126
5.8.1.2	Completar el inventario de atractivos turísticos	127
5.8.1.3	Elaborar una normativa de actividades turísticas	128
5.8.1.4	Categorización de los atractivos turísticos.....	129
5.8.1.5	Capacitaciones a los prestadores de servicios para mejorar el aspecto de las relaciones públicas y el trato al cliente	130
5.8.1.6	Elaboración de material de información turística del ANRB	131
5.8.1.7	Implementación de un programa de capacitación ecoturística y ambiental	132
5.8.1.8	Creación de la marca ANRB, para diferenciarla de otros productos con similares características	133
5.8.2	Estrategia de plaza o distribución.....	136
5.8.2.1	Diseño de circuito turístico hacia el ANRB	136
5.8.2.2	Establecer alianzas estratégicas.....	137
5.8.3	Estrategia de promoción	141
5.8.3.1	Implementación de la señalización turística	141
5.8.3.2	Plan de medios	142
5.9	Presupuesto para el plan.....	145
5.10	Propuesta de reorganización y reestructuración del Área	146
5.10.1	Jefatura General del Área.....	146

5.10.2	Jefatura Financiera.....	148
5.10.3	Jefatura de Marketing.....	150
5.10.4	Jefatura de Recursos Humanos	154
5.11	Plan de acción.....	156
5.12	Proceso de control.....	157

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1	Conclusiones.....	159
6.2	Recomendaciones	160
6.3	Sustentación de hipótesis.....	161

BIBLIOGRAFÍA	162
---------------------------	------------

ANEXOS	164
---------------------	------------

CONTENIDO DE TABLAS

Flora	
Tabla 2.1.....	36
Mamíferos	
Tabla 2.2.....	51
Aves	
Tabla 2.3.....	52
Anfibios y reptiles	
Tabla 2.4.....	53
Categorías y tipologías de los atractivos	
Tabla 2.5.....	66
Jerarquización de los atractivos	
Tabla 2.6.....	66
Costo del ingreso al ANRB	
Tabla 2.7.....	67
Costo de alquiler de cabañas	
Tabla 2.8.....	67
Ingresos anuales del ANRB	
Tabla 2.9.....	68
Principales emisores para Ecuador 2008	
Tabla 3.1.....	71
Entrada de extranjeros, 10 principales nacionalidades, enero a agosto 2009	
Tabla 3.2.....	71
Preferencias de actividad de visitantes internos	
Tabla 3.3.....	75
Resultados de la investigación	
Tabla 4.1.....	90
Tabla 4.2.....	91

Tabla 4.3.....	92
Tabla 4.4.....	93
Tabla 4.5.....	94
Tabla 4.6.....	95
Tabla 4.7.....	96
Tabla 4.8.....	97
Tabla 4.9.....	98
Tabla 4.10.....	99
Tabla 4.11.....	100
Serie histórica de la visita al ANRB	
Tabla 5.1.....	106
Total visitas nacionales y extranjeros al Área Nacional de Recreación El Boliche por meses, 2000 - 2009	
Tabla 5.2.....	108
Proyección de la demanda	
Tabla 5.3.....	110
Matriz FODA	
Tabla 5.4.....	119
Plan de medios	
Tabla 5.5.....	143
Presupuesto del plan de marketing	
Tabla 5.6.....	145
Organigrama por posición de la Jefatura General del Área	
Tabla 5.7.....	147
Organigrama por posición de la Jefatura Financiera	
Tabla 5.8.....	149
Organigrama por posición de la Jefatura de Marketing	
Tabla 5.9.....	153
Organigrama por posición de la Jefatura de Recursos Humanos	
Tabla 5.10.....	155

CONTENIDO DE GRÁFICOS

Productos turísticos más comercializados a nivel global por operadores que venden Ecuador en el mundo

Gráfico 3.1.....	73
------------------	----

Resultados de la investigación

Gráfico 4.1.....	90
Gráfico 4.2.....	91
Gráfico 4.3.....	92
Gráfico 4.4.....	93
Gráfico 4.5.....	94
Gráfico 4.6.....	95
Gráfico 4.7.....	96
Gráfico 4.8.....	97
Gráfico 4.9.....	98
Gráfico 4.10.....	99
Gráfico 4.11.....	100

Gráfica histórica de visitantes

Gráfico 5.1.....	107
------------------	-----

Total visitas nacionales y extranjeros al Área Nacional de Recreación El Boliche por meses, 2000 - 2009

Gráfico 5.2.....	108
------------------	-----

Porcentaje de participación por tipo de turistas en el ANRB

Gráfico 5.3.....	109
------------------	-----

Pictogramas

Gráfico 5.4.....	141
Gráfico 5.5.....	142

CONTENIDO DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 2.1.	Árbol Quishuar.....	37
Fotografía 2.2.	Sauco.....	38
Fotografía 2.3.	Romerillo.....	38
Fotografía 2.4.	Pumamaqui.....	38
Fotografía 2.5.	Pumamaqui.....	39
Fotografía 2.6.	Mortiño.....	39
Fotografía 2.7.	Iguilán.....	39
Fotografía 2.8.	Pujin.....	40
Fotografía 2.9.	Shanshi.....	40
Fotografía 2.10.	Epífitas.....	40
Fotografía 2.11.	Epífitas.....	41
Fotografía 2.12.	Paja.....	41
Fotografía 2.13.	Polylepis.....	41
Fotografía 2.14.	Arrayan de páramo.....	42
Fotografía 2.15.	Helecho.....	42
Fotografía 2.16.	Bosque de pinos.....	42
Fotografía 2.17.	Quebrada Romerillo.....	45
Fotografía 2.18.	Quebrada Morasacha.....	49
Fotografía 2.19.	Plantación de pinos.....	50
Fotografía 2.20.	Alpacas.....	52
Fotografía 2.21.	Conejos.....	52
Fotografía 2.22.	Mirlos.....	53
Fotografía 2.23.	Sendero Quishuar.....	57
Fotografía 2.24.	Sendero Romerillo.....	57
Fotografía 2.25.	Caminatas.....	58
Fotografía 2.26.	Centro de Interpretación.....	59
Fotografía 2.27.	Centro de Interpretación.....	59
Fotografía 2.28.	Museo Luciano Andrade Marín.....	60
Fotografía 2.29.	Museo Luciano Andrade Marín.....	60
Fotografía 2.30.	Museo Luciano Andrade Marín.....	60
Fotografía 2.31.	Áreas de picnic.....	61
Fotografía 2.32.	Áreas de picnic.....	61
Fotografía 2.33.	Áreas de campamento.....	62
Fotografía 2.34.	Cabañas.....	62
Fotografía 2.35.	Centro Administrativo.....	62
Fotografía 2.36.	Centro Administrativo.....	63
Fotografía 2.37.	Ciclismo.....	63
Fotografía 2.38.	Senderos.....	64
Fotografía 2.39.	Estación del Tren en El Boliche.....	65

Fotografía 2.40.	Autoferro.....	65
Fotografía 2.41.	Arribo del tren.....	65
Fotografía 4.1.	Encuesta.....	101
Fotografía 4.2.	Encuesta.....	101
Fotografía 5.1.	Volcán Cotopaxi.....	114
Fotografía 5.2.	Parque Nacional Cotopaxi.....	114
Fotografía 5.3.	Alpaca.....	114
Fotografía 5.4.	Los Ilinizas.....	115
Fotografía 5.5.	Rafting.....	116
Fotografía 5.6.	Nevado Antisana.....	117
Fotografía 5.7.	Refugio de Vida Silvestre Pasochoa.....	119

CONTENIDO DE FIGURAS

Organigrama estructural de la Jefatura General del Área	
Figura 5.1.	147
Organigrama funcional de la Jefatura General del Área	
Figura 5.2.	148
Organigrama estructural de la Jefatura Financiera	
Figura 5.3.	149
Organigrama funcional de la Jefatura Financiera	
Figura 5.4.	150
Organigrama estructural de la Jefatura de Marketing	
Figura 5.5.	152
Organigrama funcional de la Jefatura de Marketing	
Figura 5.6.	153
Organigrama estructural de la Jefatura de Recursos Humanos	
Figura 5.7.	155
Organigrama funcional de la Jefatura de Recursos Humanos	
Figura 5.8.	155
Organigrama estructural del Área	
Figura 5.9.	155
Organigrama por posición del Área	
Figura 5.10.	156

INTRODUCCIÓN

I. Tema

Plan de marketing turístico para el Área Nacional de Recreación El Boliche con el fin de promocionar e incrementar el desarrollo socio - económico de la zona.

II. Planteamiento del problema

Un área protegida comprende cualquier superficie relativamente grande que se encuentra reservada para la conservación, su administración se rige por planes de manejo que son establecidos con criterios conservacionistas y pueden ser de propiedad privada o pública.

El Área Nacional de Recreación El Boliche está localizada en la provincia de Cotopaxi y se encuentra junto al Parque Nacional Cotopaxi. Uno de los principales problemas del Boliche es la falta de promoción turística tanto nacional como internacional, lo que ha generado baja afluencia turística y que muy pocas personas visiten esta importante área y sus riquezas naturales y que conozcan el gran potencial turístico que posee la misma.

La infraestructura con la que cuenta El Boliche en general está en buen estado; las vías de acceso se encuentran en buenas condiciones, sin embargo la afluencia de turistas es muy baja y la mayoría de visitantes son turistas nacionales pues los extranjeros tienen preferencia en visitar el Parque Nacional Cotopaxi y muy pocos visitan El Boliche.

La falta de información turística acerca de este atractivo de gran importancia para el país ha causado que pocas personas lo visiten y que no se aproveche el potencial turístico que tiene la misma.

Para combatir estos problemas es necesaria la creación de un plan de marketing, para lograr convertir a El Boliche en un lugar de mayor afluencia turística.

III. Objetivos

Objetivo general

Realizar el plan de marketing turístico para el Área Nacional de Recreación El Boliche ubicada en la provincia de Cotopaxi, para lograr el incremento de turistas nacionales e internacionales.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico del Área Nacional de Recreación El Boliche.
- Describir la situación en la que se encuentra la actividad turística del área mediante un análisis interno.
- Analizar las fortalezas y debilidades del Boliche para el mercado nacional e internacional.
- Analizar las oportunidades y amenazas con las que cuenta el área.
- Diseñar un plan operativo que permita al Área desarrollarse como un destino turístico.
- Proporcionar técnicas y estrategias de marketing para lograr atraer turismo.

IV. Justificación e importancia

Un Plan de Marketing del Área Nacional de Recreación El Boliche permitirá captar en mayor número turismo nacional e internacional, el Estado también se verá beneficiado por la llegada de turistas desde el extranjero, ya que se dará la oportunidad de crear más fuentes de trabajo para las comunidades del entorno, directa e indirectamente y de esta forma aportar al desarrollo social y económico de la zona y del país.

Para la realización del presente estudio se describe a El Boliche y a toda el área, se dan a conocer las plazas de alojamiento y alimentación y se posibilita la promoción mediante estrategias de mercadeo para el posicionamiento de El Boliche en la mente de los turistas, creando valor e imagen propia.

Se analiza la situación real del área, se conoce el escenario actual de El Boliche en muchos aspectos: laboral, político, demográfico, cultural, y económico; se analiza el mercado, es decir quiénes son los principales visitantes nacionales o internacionales, y también cómo se puede llegar a El Boliche, se detallan las principales vías de acceso tanto para el mercado nacional e internacional.

En la investigación se establecen las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con las que cuenta el Área Nacional de Recreación El Boliche, para de esta forma sugerir estrategias mediante el marketing para explotar las fortalezas y oportunidades y al mismo tiempo combatir las debilidades y prevenir las amenazas, y de esta forma se podrá atraer el turismo a mayor escala.

V. Delimitación de la investigación

- **Teórica.-** El tema se circunscribe en el ámbito del turismo en general y de la planificación operativa de marketing turístico en particular.
- **Espacial.-** La investigación primaria se desarrolló en el Área Nacional de Recreación El Boliche provincia del Cotopaxi y en la ciudad de Quito.
- **Temporal.-** La investigación se realizó durante los meses de julio a noviembre del 2010.

VI. Métodos de investigación

- **Método analítico:** es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos; es decir es la descomposición del objeto de estudio para llegar a la respectiva investigación y conclusión.

El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia.

Este método permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.

Este método se utilizó para elaborar el marco teórico y el análisis del entorno interno y externo.

- **Método de observación:** este método consiste en la percepción directa del objeto de investigación. La observación investigativa es el instrumento universal del científico, permite conocer la realidad mediante la percepción directa de los objetos y fenómenos.

Este método se utilizó para determinar ciertas conductas de los visitantes y conocer el área.

- **Método inductivo:** con este método se utiliza el razonamiento para obtener conclusiones cuya aplicación sea de carácter general, que parten. El método se inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como leyes, principios o fundamentos de una teoría.

Se utilizó en la investigación de mercados pues partiendo de los datos de la muestra estos se infieren al universo investigado.

- **Método de síntesis:** se empleó para la elaboración de las conclusiones y recomendaciones.
- **Bibliográfico:** también se revisó fuentes bibliográficas obtenidas de libros, consultas en internet y otros materiales que se utilizó para sustentar el marco teórico en lo relacionado en la flora y fauna del ANRB.

VII. Técnicas de la investigación

- **Encuesta.-** Una encuesta es un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos. El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la

naturaleza de la investigación y, sobre todo, considerando el nivel de educación de las personas que van a responder el cuestionario.

En la tesis se aplicaron encuestas a turistas nacionales y extranjeros, las mismas que ayudaron a tener una idea clara sobre las preferencias y necesidades del mercado objetivo.

- **Entrevista.-** Es una técnica de tipo cualitativa que recopila información por medio de una encuesta, se la realiza de manera personal y la ventaja es que se puede profundizar en la investigación.

Una entrevista es un diálogo en el que la persona (entrevistador), hace una serie de preguntas a otra persona (entrevistado), con el fin de conocer mejor sus ideas, sus sentimientos su forma de actuar.

Mediante la entrevista realizada al Jefe de Área de El Boliche se pudo conocer de forma directa las necesidades que tiene la misma.

CAPÍTULO I

MARCO REFERENCIAL

1.1 Marco teórico

1.1.1 Sistema Nacional de Áreas Protegidas

"El Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador (SNAP) fue creado en 1976 a partir de la Estrategia Preliminar para la Conservación de las Áreas Silvestres Sobresalientes del Ecuador, con el propósito de conservar la biodiversidad y los bienes históricos y culturales, además de los vestigios, yacimientos y asentamientos arqueológicos del país.

En la actualidad, el SNAP está constituido por 45 áreas naturales que abarca a las 24 provincias del país e incluye la mayor parte de ecosistemas con 40 formaciones vegetales de las 46 existentes en Ecuador, en cuatro regiones geográficas de Ecuador, áreas continentales y marinas, con diferencias de altitud que van desde el nivel del mar hasta los 6700 metros.

Además de albergar una biodiversidad única, el SNAP es fuente de servicios ambientales, particularmente aquellos relacionados a las fuentes de agua, la misma que es consumida en las ciudades del país, utilizada en plantas hidroeléctricas y usadas en la agricultura.¹

El objetivo del Sistema Nacional de Áreas Protegidas es preservar la diversidad biológica del país y promover el manejo sustentable de las tierras silvestres, promocionando las ventajas potenciales del ecoturismo.

¹ <http://www.gstalliance.net>

1.1.1.1 Categorías de manejo del SNAP

- **Parque nacional:** áreas con uno o varios ecosistemas, comprendidos dentro de un mínimo de 10.000 hectáreas. Mantenimiento del área en su condición natural, prohibida cualquier explotación u ocupación.
- **Reserva ecológica:** área de por lo menos 10.000 hectáreas, con uno o más ecosistemas con especies de flora y fauna silvestres importantes o amenazadas de extinción, para lo cual se prohíbe cualquier tipo de explotación u ocupación.
- **Reserva biológica:** áreas terrestres o acuáticas de extensión variable. Sus objetivos están orientados a la conservación de los procesos naturales, posible ejecución de investigación científica, educación y conservación de los recursos genéticos.
- **Área nacional de recreación:** superficie mayor a 1.000 hectáreas o más en donde existan bellezas escénicas, recursos turísticos o de recreación en un ambiente natural, fácilmente accesibles desde centros poblados.
- **Refugio de vida silvestre:** área indispensable para garantizar la existencia de la vida silvestre -residente o migratoria- con fines científicos, educativos y recreativos.
- **Reserva de producción de fauna:** área natural o parcialmente alterada, de extensión variable pero suficiente para el fomento y uso económico de la fauna silvestre.

1.1.1.2 Actual conformación del Sistema Nacional de Áreas Protegidas

Según el Ministerio del Ambiente², actualmente el SNAP está conformado por las siguientes áreas:

- 1.** Parque Nacional Cajas
- 2.** Parque Nacional Cotopaxi
- 3.** Parque Nacional Galápagos
- 4.** Parque Nacional Llanganates
- 5.** Parque Nacional Machalilla
- 6.** Parque Nacional Podocarpus
- 7.** Parque Nacional Sangay
- 8.** Parque Nacional Sumaco Napo - Galeras
- 9.** Parque Nacional Yasuní
- 10.** Reservación Biológica Limoncocha
- 11.** Reserva Marina de Galápagos
- 12.** Reserva Ecológica Antisana

² <http://www.ambiente.gob.ec>

- 13.** Reserva Ecológica Arenillas
- 14.** Reserva Ecológica El Ángel
- 15.** Reserva Ecológica Cayambe Coca
- 16.** Reserva Ecológica Manglares Cayapas Mataje
- 17.** Reserva Ecológica Cofán Bermejo
- 18.** Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas
- 19.** Reserva Ecológica Los Ilinizas
- 20.** Reserva Ecológica Mache Chindul
- 21.** Reserva Ecológica Manglares Churute
- 22.** Reserva Geobotánica Pululahua
- 23.** Reserva de Producción Faunística Chimborazo
- 24.** Reserva de Producción Faunística Cuyabeno
- 25.** Reserva de Producción Faunística Manglares El Salado
- 26.** Refugio de Vida Silvestre Pasochoa
- 27.** Refugio de Vida Silvestre Manglares Estuario del Río Muisne

- 28.** Refugio de Vida Silvestre Islas Corazón y Fragatas
- 29.** Refugio de Vida Silvestre Isla Sta. Clara
- 30.** Refugio de Vida Silvestre La Chiquita
- 31.** Área Nacional de Recreación El Boliche
- 32.** Área Nacional de Recreación Parque Lago
- 33.** Parque Binacional El Cóndor
- 34.** Refugio de Vida Silvestre El Zarza
- 35.** Reserva Biológica El Quimi
- 36.** Refugio de Vida Silvestre Manglares El Morro
- 37.** Refugio de Vida Silvestre Estuario Manglares Rio Esmeraldas
- 38.** Refugio de Vida Silvestre Marino Costero Pacoche
- 39.** Reserva de Producción Faunística Marina Costera Puntilla de Santa Elena
- 40.** Reserva Marina Galeras – San Francisco
- 41.** Parque Nacional Yacuri
- 42.** Área Nacional de Recreación Isla Santay

43. Refugio de Vida Silvestre Pambilar

44. Área Nacional de Recreación Los Samanes

1.1.2 Plan de marketing turístico

Se entiende por plan de marketing turístico, todos aquellos elementos que permiten sustentar una propuesta de trabajo para crear planes de desarrollo, proyectos, presupuestos, programas de acción, difusión comercialización del o los objetos turísticos.

Un plan de marketing es un documento escrito que detalla las acciones necesarias para alcanzar un objetivo específico de mercadeo. Puede ser para un bien o servicio, una marca o una gama de producto. También puede hacerse para toda la actividad de una empresa.

El marketing es la función de negocios que identifica las necesidades y los deseos del cliente, es decir determina el mercado meta para la organización diseñando productos, servicios y programas apropiados para atender aquellos. El marketing es mucho más que simplemente una función de negocios aislada, es una filosofía que guía a toda una organización.

Sin embargo, a pesar de este y otros conceptos, es necesario saber que el marketing está en todo lo que rodea al ser humano y toda persona necesita saber algo acerca de este, ya que es una función utilizada no solo por las compañías turísticas y de servicios, sino por toda clase de individuos y organizaciones, como por ejemplo abogados, contadores y médicos utilizan el marketing para administrar la demanda de sus servicios.

Muchas personas piensan que solo las grandes organizaciones que operan en las economías altamente desarrolladas utilizan el marketing, pero su

uso en forma sensata es decisivo para el éxito de cualquier organización, no importa su tamaño.

Como en todas las actividades humanas en el marketing orientado a actividades turísticas también existen factores que inciden en la competencia que tiene una empresa de entregar valor agregado a sus clientes. Estos factores son de dos tipos:

- **Factores internos:** proveedores, empresa, distribuidores, competidores, públicos (clientes internos), intermediarios de marketing y consumidores en general.
- **Factores externos:** tecnológicos, culturales, demográficos, políticos, legales, geográficos, naturales y económicos.

Los objetivos de una empresa se logran mediante un plan de marketing, que consta de estrategias lógicas y coherentes sobre las cuatro variables controlables que son: producto, precio, plaza y promoción; variables que en conjunto reciben el nombre de marketing mix.

- **Producto.-** Esta variable la conforman los atributos que se desglosan en lo que se conoce como niveles del producto: fundamental, real y aumentado.
- **Precio.-** Es el enfoque y estrategia que se utiliza para fijar los precios de venta, relacionados con la forma de pago, crédito y descuentos.
- **Plaza.-** Se involucra en esta variable la logística, el transporte, los inventarios, el canal de distribución y el sistema empleado.
- **Promoción.-** No basta con que se elabore un excelente servicio turístico y se asigne un precio conveniente es necesario comunicar al público de su

existencia para lograr el objetivo de la promoción agrupándolo en el mix promocional: publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, venta personal y merchandising.

1.2 Marco conceptual

- **Agropecuarios:** relativo a la agricultura y a la ganadería.
- **Áreas protegidas:** son áreas que comprenden cualquier superficie relativamente grande mayor a 2000 ha. Que se encuentran reservadas para conservación en una de las varias categorías de manejo de áreas naturales.
- **Biodiversidad:** la totalidad de genes, especies y de ecosistemas de cualquier área en el planeta. Es el contenido biológico total de organismos que habitan un determinado paisaje, incluye su abundancia, frecuencia, su rareza y situación de conservación.
- **Canoping:** término de origen inglés que identifica a un deporte extremo inventado en Costa Rica por un par de canadienses. Consiste en desplazarse de un árbol a otro a través de un cable de acero, con la ayuda de un arnés de cintura y una polea. Se ha extendido al recorrido aéreo del lecho de un río o cualquier accidente geográfico, entre una torre de despegue y una plataforma de recibo ubicada en el otro extremo.³
- **Cuenca:** espacio o estructura natural o artificial, superficial o subterráneo, que tiene una forma o está conformado por un material que le permite retener agua.⁴

³ <http://www.boletin-turistico.com>

⁴ UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR, Facultad de Ingeniería en Geología; Glosario de términos ambientales

- **Educación ambiental:** sistema renovado de conocimiento de la naturaleza mediante el cual se incluye al Hombre como otro elemento más del sistema ecológico.⁵
- **Endémico:** organismo oriundo del país o la región donde habita.⁶
- **Fauna silvestre:** especies animales terrestres, que subsisten sujetas a los procesos de selección natural cuyas poblaciones habitan temporal o permanentemente en el territorio nacional y que se desarrollan libremente, incluyendo sus poblaciones menores que se encuentran bajo control del hombre, así como los animales domésticos que por abandono se tornan salvajes y por ello o susceptibles de captura y apropiación.⁷
- **Nectarívoros:** se denomina nectarívoro o nectívoro a cualquier animal que se alimenta del néctar de las flores. Aunque la mayor parte de los nectarívoros son aves e insectos, también lo son algunos murciélagos y reptiles. Este comportamiento es menos exclusivista que otros -voros, y muchas especies son también insectívoras. Los nectarívoros son polinizadores importantes.⁸
- **Orden (biología):** en biología, el orden es la categoría taxonómica entre la clase y la familia. En zoología, es una de las categorías taxonómicas de uso obligatorio, según el Código Internacional de Nomenclatura Zoológica. En taxonomía antigua era sinónimo de familia.
- **Plan de manejo ambiental:** obras, planes y proyectos específicos que sirven para el diseño y ejecución de las medidas ambientales de mitigación, contingencia y que garantizan la inclusión de las operaciones

⁵ Ibíd.

⁶ Ibíd.

⁷ Ibíd.

⁸ <http://es.wikipedia.org>

hidrocarbúferas en el ambiente natural y social.se basan en organigramas, cronogramas y presupuestos adecuados.⁹

- **Páramo:** ecosistema propio de alta montaña, caracterizado por una elevada humedad.
- **Passeriformes:** las passeriformes (Passeriformes) son un gran orden de aves que abarca más de la mitad de especies de aves. El grupo fue bautizado por el nombre científico del gorrión (*Passer domesticus*).¹⁰
- **Reserva faunística:** terreno que se conserva en sus condiciones naturales, sin permitir en ellos la invasión o interferencias técnicas con el fin de preservar su población vegetal o animal. Suele dárseles el nombre de parques naturales.
- **Sotobosque:** es la parte de bosque o de monte formado por las especies arbóreas. Está formado por árboles jóvenes, arbustos y hierbas, normalmente se ubica en climas húmedos y preferentemente en áreas con sombra pero también puede ser encontrado en lugares soleados.¹¹

1.3 Hipótesis

H₁- Más del 50 % de turistas que visitan el ANRB lo hacen por realizar actividades relacionadas al ecoturismo.

H₂- El ANRB tiene pocos visitantes, debido a la poca promoción que se hace de ella.

⁹ UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR; Op. cit.

¹⁰ <http://es.wikipedia.org>

¹¹ <http://es.wikipedia.org>

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DEL ENTORNO INTERNO

2.1 Reseña

El Boliche se legalizó y delimitó mediante Acuerdo Interministerial No. 0322, publicado en el Registro Oficial No. 69 del 26 de julio de 1979, estableciendo una superficie de 1.077 hectáreas (ha). En el año de 1995 el INEFAN creó el primer Plan de Manejo del ANRB. En 1996, debido a un pedido de un grupo de pobladores de Cotopaxi al querer excluir sus propiedades de la misma, se reduce la superficie del Área del Parque Nacional Cotopaxi y del Área Nacional de Recreación El Boliche mediante Registro Oficial No. 10, del 23 de agosto de 1996.

En el año 2000 el Área recibe una importante inversión que sirve para construir y mejorar su infraestructura pero con el transcurso del tiempo no se dio un seguimiento y la infraestructura se deterioró por falta de mantenimiento.

En el año 2006 se actualiza el plan de manejo de El Boliche por el tiempo transcurrido de la creación del mismo ya que la vigencia del plan era de 10 años, y debido a la reducción de su superficie de 1.077 ha a 375.38.

Otra de las razones por la que se dio la actualización del plan de manejo de El Boliche se da en el año 2005 en el documento del Plan de Negocios que estudiaba la factibilidad de realizar la concesión de la infraestructura y servicios turísticos del Área, para la sostenibilidad futura de El Boliche.

En el año 2007 mediante Resolución No. 141 de la Ministra del Ambiente, publicada en el Registro Oficial No. 43 del 16 de marzo, se decide iniciar el proceso precontractual para concesionar a empresas privadas la rehabilitación, mantenimiento, uso y operación de la infraestructura y servicios turísticos de El Boliche.¹²

2.2 Ubicación y extensión

El Boliche está ubicado entre los límites de la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga en la parroquia Mulaló, y en la provincia de Pichincha, en el cantón Mejía.

El Área Recreacional se encuentra a 60 kilómetros de la ciudad de Quito, a 30 kilómetros de la ciudad de Latacunga y 70 kilómetros de la ciudad de Ambato, utilizando la Panamericana Sur. El Boliche actualmente tiene una superficie de 375,38 ha.

2.3 Clima

Su clima depende de las estaciones invernal o lluviosa, con temperaturas que fluctúan entre los 0 y 9 grados centígrados y, de verano o seca, cuya temperatura llega a los 19 grados al medio día. Los meses con mayor promedio de humedad son los de marzo, abril, mayo y octubre; el más seco es agosto.

¹² <http://www.ambiente.gob.ec>

2.4 Altitud

Tiene un rango altitudinal entre los 3.484 y los 3.726 msnm, sin embargo, la declaratoria no señala con claridad sus límites de altura.

2.5 Límites

El Área se encuentra rodeada al norte por las haciendas Chilcapamba, Zunfana y María Gabriela; al sur por Acosa S.A.; al oeste por el CLIRSEN y la propiedad privada del señor Miguel Salvador; y al este por el Parque Nacional Cotopaxi.

2.6 Flora

La gran variedad de especies nativas de plantas que viven en El Boliche, representa una nueva oportunidad para el desarrollo del ecoturismo y la investigación.

La vegetación del Área esta agrupada en los páramos de pajonales, de matorrales y plantas de cojín y desértico. Los científicos sostienen que esta formación vegetal corresponde a la denominada "ceja andina". El paramo de pajonal del área El Boliche se caracteriza por la presencia de plantas "gramíneas", mezcladas con arbustos en su mayoría que comparten con las trepadoras epifitas y grandes cantidades de musgos.

El bosque de pinos es una formación vegetal interesante que se encuentra dentro de los linderos de El Boliche, que se ha adaptado y ha creado un micro hábitat diferente e interesante que ha producido cambios en la dinámica del páramo. El bosque es un atractivo para los turistas y visitantes que frecuentan la zona.

El Boliche presenta dos zonas de vida que son; bosque muy húmedo montano y bosque pluvial subalpino, este tipo de formaciones incluye los siguientes tipos de vegetación como son el páramo herbáceo y bosque siempre verde montano alto; en relación a los páramos arbustivos, se describe a este tipo de vegetación como páramos de matorrales.

El área presenta una variedad de vegetación nativa que corresponde a los bosques andinos que ocupan el 50% del área, otro porcentaje de la vegetación está conformada por plantas exóticas como el pino.

Dentro de la flora que se encuentra en toda el Área se ha podido determinar las siguientes especies de plantas que se presentan en la Tabla 2.1.

Tabla 2.1. Flora de El Boliche

Familia	Nombre común	Nombre científico
Buddlejaceae	Quishuar	<i>Buddleja incana</i>
Rosaceae	Yagual	<i>Polylepis sp</i>
Araliaceae	Pumamaqui	<i>Oreopanax sp.</i>
Eleocarpaceae	Sacha capulí	<i>Vallea stipularis</i>
Murcinaceae	Falso arrayán	<i>Myrsine sp.</i>
Melastomataceae	Aretes de virgen	<i>Brachyotum ledifolium</i>
Solanaceae	Sauco	<i>Cestrum ecuadorese</i>
Asteraceae	Chilca	<i>Baccharis latifolia</i>
Escalloniaceae	Putzo	<i>Escallonia myrtilloides</i>
Lauraceae	Iguilán	<i>Monnina obtusifolia</i>
Poaceae	Surales	<i>Chusquea scandens</i>
Fabaceae	Trébol blanco	<i>Tripholium repens</i>
Piperaceae	Tigrecillo	<i>Peperomia spp</i>
Oxalidaceae	Chulco	<i>Oxalis crenata.</i>
Alstroemeriaceae	Veneno de perro	<i>Bomarea caldasii</i>
Dioscoreaceae	Zarcillos fucsia vulcanica	<i>Dioscorea sp</i>
Poaceae	Pajonales	<i>Stipa ichu</i>
Poaceae	Pajonales	<i>Calamagrostis intermedia</i>
Poaceae	Pajonales	<i>Festuca sp</i>

Familia	Nombre común	Nombre científico
Berberidáceas	Espino chivo	<i>Berberis lutea</i>
Asteraceae	Hoja blanca	<i>Gynoxys sp.</i>
Asteraceae	Romerillo	<i>Bacharis linearis</i>
Rosaceae	Mora andina	<i>Rubus roseus</i>
Valerianaceae	Valeriana	<i>Valeriana microphylla</i>
Valerianaceae	Valeriana	<i>Valeriana hirtella</i>
Rubiaceae	Cacho de venado	<i>Halenia weddelliana</i>
Rosaceae	La orejuela	<i>Lachemilla orbiculata</i>
Blechnaceae	Pequeños helechos	<i>Blechnum cordatum</i>
Lycopodiaceae	Pequeños helechos	<i>Huperzia sp.</i>
Dryopteridaceae	Pequeños helechos	<i>Elaphoglossum ferrugineum</i>
Aspleniaceae	Helecho	<i>Asplenium monanthes</i>
Coriariaceae	Shanshi	<i>Coriaria ruscifolia</i>
Ericaceae	Mortiño	<i>Vaccinium mortinia</i>
Fabaceae	Ashpa chocho	<i>Lupinus pubescens</i>
Rosaceae	Pujines	<i>Hesperomeles sp.</i>
Poaceae	Sigse	<i>Cortaderia nítida</i>
Bromeliaceae	Achupallas	<i>Puya sp</i>
Asteraceae	La achicoria	<i>Chichorium sp.</i>
Asteraceae	Lechugilla	<i>Gnaphalium spicatum</i>
Asteraceae	Diente de león	<i>Taraxacum officinalis</i>
Pinaceae	Pino	<i>Pinus patula</i>
Pinaceae	Pino	<i>Pinus radiata</i>
Urticaceae	Ortiga	<i>Urtica leptophylla</i>
Myrtaceae	Arrayán de páramo	<i>Myrcianthes rhopaloides</i>
Equisetaceae	Cola de caballo	<i>Equisetum bogotensis</i>

Fuente: Plan de manejo 2006 ANRB.

Fotografía 2.1. Árbol quishuar



Fuente: la Autora.

Fotografía 2.2. Árbol de sauco



Fuente: la Autora.

Fotografía 2.3. Arbusto romerillo



Fuente: la Autora.

Fotografía 2.4. Árbol pumamaqui



Fuente: la Autora.

Fotografía 2.5. Árbol pumamaqui



Fuente: la Autora.

Fotografía 2.6. Mortiño



Fuente: la Autora.

Fotografía 2.7. Planta iguilán



Fuente: la Autora.

Fotografía 2.8. Árbol pujín



Fuente: la Autora.

Fotografía 2.9. Planta shanshi



Fuente: la Autora.

Fotografía 2.10. Plantas epífitas



Fuente: la Autora.

Fotografía 2.11. Plantas epífitas



Fuente: la Autora.

Fotografía 2.12. Paja



Fuente: la Autora.

Fotografía 2.13. Árbol de Polylepis



Fuente: la Autora.

Fotografía 2.14. Árbol arrayán



Fuente: la Autora.

Fotografía 2.15. Planta de helecho



Fuente: la Autora.

Fotografía 2.16. Bosque de pinos



Fuente: la Autora.

Existen trece tipos de formaciones vegetales en El Boliche; la flora de estas formaciones se clasificó dentro de 55 familias con 142 especies distintas. De estas familias, tres son las más representativas: Asteraceae, Solanaceae y Poaceae.

Las zonas de mayor biodiversidad en cuanto a flora se refiere, son los bosques siempre verdes montanos altos como: bosque de suros de Zunfana, quebrada Morasacha, senderos de Quishuar y Romerillo y bosque de Zunfana Grande; mientras que los páramos herbáceos poseen menor biodiversidad.

En El Boliche se pueden encontrar los siguientes hábitats:

- **Páramos herbáceos:** son los de menor riqueza florística y se localizan en el mirador Vista Hermosa, a la salida del sendero Romerillo y frente al bosque de Zunfana.
- **Bosques siempre verdes montanos altos:** son los que muestran la mayor diversidad florística de especies, y se localiza a lo largo del sendero Romerillo; se encuentra también en el sendero Quishuar, en la quebrada y bosque de Morasacha; bosque nativo de Romerillos; bosque de Zunfana, en los Surales; y paradero Zunfana 1.
- **Páramos arbustivos:** al igual que los herbáceos son los de menor riqueza florística y pertenecen al bosque Chaparro, localizado sobre la carretera vía a los Surales.
- **Plantación de pino:** se localiza en la parte baja del páramo herbáceo, es una especie exótica introducida que ocupa la mayor parte del Área.

Páramos herbáceos

- **Páramo Romerillo.-** Este paramo posee suelos arenosos, derivados de material volcánico y son áreas abiertas y sin vegetación arbórea que se caracterizan por la prevalencia del estrato herbáceo donde dominan las gramíneas, formando los denominados pajonales.

En el páramo Romerillo se encontró un total de 13 familias, con 22 especies distintas; se encontró que tres familias de plantas son las más predominantes la Asteraceae, Rosaceae y Poaceae.

- **Páramo de Zunfana Grande.-** Es un área sin vegetación arbórea y su estructura vegetal se caracteriza por la dominancia del estrato herbáceo, principalmente por pajonales; cabe destacar que en la parte alta del páramo se destacan poblaciones de Achupallas y creciendo en lugares aislados se encuentran especies arbustivas pequeñas.

En esta zona se encontró un total de 14 familias, con 23 especies distintas; este páramo corresponde a la parte más alta y posee vegetación nativa, aquí dominan tres familias, como la Asteraceae que es la más representativa, otra familia es la Rosaceae y la Poaceae.

Bosque siempre verde montano alto

Esta formación corresponde a la denominada ceja andina, ubicada entre los 2.800 y 3.600 msnm. Dentro del área de estudio, esta formación corresponde a los sectores denominados:

- **El sendero de Romerillo.-** Está conformado principalmente por quebradas que poseen una diversidad de especies tanto arbustivas, herbáceas y epífitas, que caracterizan a los bosques siempre húmedos de

altura. Posee una vegetación formada por arbustos y con especies arbóreas como el quishuar con alturas de hasta 10 m, pumamaqui; este estrato está dominado por la especie exótica introducida conocida como pino, con alturas mayores a los 10 m, dentro del estrato herbáceo encontramos especies como una variedad de helechos y mora silvestre.

Posee bosques secundarios degradados, con una composición florística alterada, que presentan una dominancia de vegetación arbórea exótica del 80% frente a la nativa.

En el sendero romerillo se encontró un total de 24 familias, con 29 especies distintas. La vegetación en general es de tipo secundario en recuperación, donde predominan las especies exóticas de Pino. Las familias más representativas son tres: Solanaceae, Aspleniaceae y Pinnaceae.

- **Quebrada Romerillo.-** En la quebrada de Romerillo se encontró un total de 20 familias, con 26 especies distintas; en el que dominan cinco familias de plantas que son: Asteraceae, Ericaceae, Fabaceae, Saxifragaceae y Rosaceae.

Fotografía 2.17. Quebrada Romerillo



Fuente: la Autora.

- **Bosque nativo de Romerillo.-** Presenta una vegetación formada por tres estratos. El estrato arbóreo que se caracteriza por presentar individuos no mayores a 10 m de altura. El sotobosque de crecimiento cerrado con dominancia de especies de tipo arbustivo, en el estrato herbáceo domina la mora silvestre, los helechos cubriendo el suelo, el estado del bosque es secundario poco intervenido, debido a su difícil ingreso.

En este sector se encontró un total de 17 familias, con 21 especies distintas; el lugar de estudio en este caso corresponde a un bosque natural, donde dominan dos familias de plantas que son Rosaceae y Asteraceae.

- **Quebrada Zunfana – Romerillo.-** Su cobertura vegetal se caracteriza por presentar los tres estratos de vegetación, el estrato arbóreo tiene una baja representatividad de especies entre las que destacan el quishuar, el arrayán de páramo, especies de reforestación como los yaguales, el estrato arbustivo y el estrato herbáceo que es el dominante, pues presenta una gran variedad de especies entre las que sobresalen los helechos y musgos.

En este sector se encontró un total de 10 familias, con 16 especies distintas; cuenta con tres familias de plantas que son: Asteraceae, como la más representativa, le sigue la familia Solanaceae y Rosaceae.

- **El sendero del Quishuar.-** La cobertura vegetal se caracteriza por un estrato arbóreo alto, con especies como el pumamaqui y el pino. La estructura vegetal se caracteriza por presentar tres estratos arbóreo, arbustivo y herbáceo con diferentes niveles de alturas. El estrato herbáceo es el más dominante, pues presenta una gran variedad de especies como los helechos y musgos; menos dominante encontramos el estrato arbustivo, cuyas alturas alcanzan hasta tres metros. Este es un bosque de tipo

secundario, presenta remanentes arbóreos únicos en el lugar, por ejemplo: los quishuares y pumamaquis, de más de 80 años.

En el sector se encontró un total de 23 familias, con 31 especies distintas; en este sector la vegetación es típica de un Bosque siempreverde montano alto, en el que predomina una vegetación herbácea de tipo epífita adaptada a ambientes húmedos, como líquenes, musgos y helechos. Aquí se encuentran cuatro familias representativas que son: Asteraceae, Piperaceae, Rosaceae y Verbenaceae.

- **Bosque andino de Zunfana.-** La cobertura vegetal se caracteriza por un estrato arbustivo, casi inexistente se presenta el estrato arbóreo, con pocos individuos de falso arrayán, el estrato herbáceo se presenta a manera de alfombra que cubre la mayor parte del suelo.

En el sector se encontró un total de 13 familias, con 22 especies; las más representativas que son: Asteraceae y Rosaceae.

- **Bosque de Suros de Zunfana.-** La cobertura vegetal se caracteriza por ser mayoritariamente arbustiva, de los tres estratos: arbóreo, arbustivo y herbáceo domina el estrato arbustivo como el suro, en el estrato arbóreo presenta especies de hasta 15 metros de altura, en cuanto al estrato herbáceo, se encontró como especies representativas individuos rastreros, trepadores y epífitas.

En el sector se encontró un total de 27 familias de plantas, con 37 especies distintas. De las cuales dominan cuatro, siendo la familia Asteraceae la más representativa, Solanaceae, Alstromeriaceae y Rosaceae.

- **Zunfana 1.-** La cobertura vegetal está compuesta por tres estratos: el arbóreo, arbustivo y herbáceo. El dominante es el arbustivo, dentro del cual encontramos especies como el Iguilán entre las más representativas. En relación al estrato herbáceo, tenemos la valeriana y el sigse, entre otros. En lo referente al estrato arbóreo, éste es poco diverso en cuanto a las especies nativas y exóticas.

En el sector se encontró un total de 16 familias, con 29 especies distintas; debido a que es un espacio diseñado por el ser humano, se encuentran especies introducidas de Pino. Las familias dominantes son cuatro de las que sobresalen: Asteraceae, Rosaceae y Solanaceae.

- **Quebrada de Morasacha.-** Está ubicada en el borde de la carretera, vía laguna de Limpiopungo. Su estructura vegetal presenta tres estratos: el arbóreo, arbustivo y herbáceo. El estrato arbóreo es el más dominante, con especies como: los quishuares y pujin, árboles que alcanzan los 10 m de altura. El estrato arbustivo presenta especies como el espino chivo, sauco, aretes de la virgen; en el estrato herbáceo destacan especies como la orejuela y una variedad de musgos y líquenes en los árboles hospederos.

En esta quebrada se encontró un total de 23 familias, con 39 especies distintas; dominan cinco familias, siendo la Asteraceae la más representativa, Poaceae, Rosaceae, Solanaceae y finalmente Buddlejaceae.

Fotografía 2.18. Quebrada Morasacha



Fuente: la Autora.

- **Zunfana grande - bosque.-** La cobertura vegetal presenta tres estratos: el arbóreo, arbustivo y herbáceo. El estrato herbáceo es el más dominante, con especies como: el chulco que cubre la mayor parte del suelo y crece sobre árboles, con menor presencia encontramos las ortigas y variedad de helechos. El sotobosque está compuesto por un estrato arbustivo de crecimiento abierto con especies como: el sauco y aretes de la virgen, de igual manera, el estrato arbóreo es poco representado, encontrándose algunos individuos de quishuar, pumamaqui y sacha capulí.

En el bosque se encontró un total de 22 familias, con 27 especies distintas; en el cual dominan tres familias que son: Rosaceae y Solanaceae y Asteraceae.

Páramo arbustivo o de matorrales

- **Páramo arbustivo de Zunfana.-** Este páramo también conocido como bosque chaparro, al igual que el de romerillo posee suelos de tipo arenoso, derivados de material volcánico; posee una vegetación de aspecto leñoso achaparrado y la vegetación en general fluctúa entre 1 y 5 metros de altura, que se ubica en lugares alejados y de difícil acceso aquí sobresalen especies arbustivas como: espino chivo; aretes de virgen, chilca; creciendo

en forma aislada, se encuentran especies arbóreas con alturas que fluctúan entre 5 y 10 metros, como el yagual, quishuar, pumamaqui.

En este sector se encontró un total de 13 familias, con 19 especies distintas; predominando las especies arbustivas y herbáceas, en menor densidad las especies arbóreas; las familias que predominan son Asteraceae, la Rosaceae y Ericaceae.

Plantación de pinos

Tiene una extensión aproximada de 200 ha., constituida por especies exóticas introducidas para recuperar los suelos, presenta dos estratos de tipo arbóreo (alto y medio); en el alto, encontramos especies de pino con alturas mayores a los 15 m. en el medio, encontramos árboles que tienen alturas entre cinco y diez metros.

La cobertura vegetal está formada en su mayor parte por dos especies de pino y en menor densidad, el ciprés. Dentro de este bosque se diseñó senderos de interpretación, además de la apertura de claros, dejados para que se recupere y regenere la vegetación nativa, donde se observan especies nativas entre las que se destacan arbustivas, de las familias: Asteraceae, Solanaceae, Rosaceae y finalmente encontramos la Poaceae.

Fotografía 2.19. Plantación de pinos



Fuente: la Autora.

2.7 Fauna

En la reserva existen poblaciones de venados de cola blanca conservadas y adaptadas, varias especies de animales silvestres como el ratón de páramo, raposa, musaraña, murciélago, lobo, puma, conejo, zorrillo, cervicabra, entre otros; anfibios como el sapo, reptiles como la lagartija, en el sector de Zunfana; y una gran variedad de especies de aves, entre las que sobresalen: el gavilán, torcaza, perdiz de páramo, colibríes, rucos y mirlos.

En El Boliche se registraron 15 especies de mamíferos, 38 especies de aves, tres especies de anfibios y dos reptiles.

Las especies registradas pertenecen a cinco gremios: carnívoros, frugívoros, insectívoros, nectarívoros y omnívoros. El mayor porcentaje presenta los insectívoros.

Tabla 2.2. Fauna de El Boliche (mamíferos)

Nombre común	Nombre científico	Familia
Alpacas	<i>Llama pacos</i>	Camelidae
Llamas	<i>Llama glama</i>	Camelidae
Huarizos	<i>Llama – vicuña</i>	Camelidae
Venado de cola blanca	<i>Odocoileus virginianus</i>	Cervidae
	<i>Odocoileus y mazama</i>	Cervidae
Conejo	<i>Sylvilagus brasiliensis</i>	Leporidae
Zorro hediondo	<i>Conepatus semistriatus</i>	Mephitidae
Lobo o zorro de páramo	<i>Lycalopex culpaeus</i>	Canidae
Murciélagos	<i>Myotis oxyotus</i>	Vespertilionidae
	<i>Histiotus montanus</i>	Vespertilionidae
	<i>Sturnira ludovici</i>	Phyllostomidae
Puma	<i>Puma concolor</i>	Felidae
Ratón de páramo	<i>Apodemus sylvaticus</i>	Muridae

Fuente: Plan de manejo 2006 ANRB.

Fotografía 2.20. Alpacas



Fuente: la Autora.

Fotografía 2.21. Conejos



Fuente: la Autora.

Tabla 2.3. Fauna de El Boliche (aves)

Nombre común	Nombre científico	Familia
Tawny Antpitta	<i>Grallaria quitensis</i>	Formicariidae
Cachudito pico negro.	<i>Anairetes parulus</i>	Phytotomidae
Saltón cabecinegro	<i>Buarremon torquatus</i>	Emberizidae
Gorrión	<i>Atlapetes latinuchus</i>	Emberizidae
Piojito gargantilla	<i>Mecocerculus leucophrys</i>	Tyrannidae
Piojito alifranjeado	<i>Mecocerculus stiptopterus</i>	Tyrannidae

Nombre común	Nombre científico	Familia
Negro de cresta reinita	<i>Basileuterus nigrocristatus</i>	Parulidae
Anteojos Whitestart	<i>Myioborus melanocephalus</i>	Parulidae
Enmascarado	<i>Diglossopsis cyanea</i>	Thraupidae
Hemispingo cejón	<i>Hemispingus superciliaris</i>	Thraupidae
Negro Flowerpiercer	<i>Diglossa humeralis</i>	Thraupidae
Nombre común	<i>Nombre científico</i>	Familia
Perlados Subepalo	<i>Margarornis squamiger</i>	Furnariidae
Con capucha tangara de montaña	<i>Buthraupis montana</i>	Thraupidae
Mirlo	<i>Turdus merula</i>	Turdidae
Colibrís	<i>Archilochus colubris</i>	Trochilidae
Gavilán	<i>Accipiter nisus</i>	Accipitridae

Fuente: Plan de manejo 2006 ANRB.

Fotografía 2.22. Mirlos



Fuente: la Autora.

Tabla 2.4. Fauna de El Boliche (anfibios y reptiles)

Nombre común	Nombre científico	Familia
La cutina de Quito	<i>Eleutherodactylus unistrigatus</i>	Leptodactylidae
La rana marsupial andina	<i>Gastrotheca riobambae</i>	Amphignathodontidae
Lagartija	<i>Podarcis hispanica</i>	Lacértidos

Fuente: la Autora.

2.8 Infraestructura vial

El Área Nacional de Recreación El Boliche se encuentra a 2 kilómetros de la Panamericana Sur a mano izquierda de norte a sur y a mano derecha de sur a norte, el acceso al área es asfaltado hasta la estación CLIRSEN, junto al control de ingreso se encuentra la estación de tren El Boliche.

Los turistas pueden visitar El Boliche tanto en tren como por la panamericana; siendo la visita en tren la preferida por la mayoría de los turistas tanto nacionales como internacionales ya que el turista disfrutara de la variedad de climas, la fantástica naturaleza y el escenario cultural a lo largo de todo el trayecto.

El Área cuenta también con vías de acceso alternativas dentro de su territorio como caminos vecinales y de acceso a las haciendas vecinas; el servicio de transporte ferroviario es operado por la Empresa de Ferrocarriles del Ecuador, que ofrece la ruta Quito-Santa Rosa-Tambillo – Machachi - El Boliche, también se ofrece a los turistas un servicio de autoferro turístico que visita El Boliche que fue concesionada a la empresa Metropolitan Touring.

2.9 Servicios básicos

Toda el Área cuenta con agua entubada, energía eléctrica y pozo ciego.

Con las deficiencias típicas del ámbito rural, el Área cuenta con las redes básicas de energía eléctrica, agua y cobertura de telefonía celular. Sin embargo, estos servicios ameritan un mejoramiento para su óptima utilización en la prestación de los servicios turísticos

2.10 Infraestructura turística

El Boliche cuenta con una casa administrativa, 11 cabañas que fueron construidas en 1998, restaurante, zonas de camping y de picnic también posee un centro de interpretación ambiental, un museo y zonas de parqueadero. La mayor parte de las instalaciones del Área se encuentran en buenas condiciones.

Las cabañas son de un estilo rustico y fueron remodeladas en el año 2000 y entregadas a la administración del área, fueron equipadas con los enseres como camas, colchones, bancas, duchas eléctricas y servicios básicos, sistema de agua, electricidad; la infraestructura en general se encuentra en buenas condiciones a pesar de esto una inversión extra ayudaría a su mejoramiento y mantenimiento.

El Boliche posee 3 zonas de camping que se encuentran repartidas en toda el área, una se encuentra junto al sector norte de las cabañas, la otra se encuentra junto al área de picnic y la otra se encuentra junto a las cabañas antiguas.

Existen varias zonas de picnic que se encuentran muy bien equipadas y cuentan con fogones para parrillas, basureros, baños y también existen chozones con bancas y mesas que se encuentran ubicadas junto al museo.

El restaurante construido en El Boliche tiene capacidad para 60 personas y cuenta con el mobiliario básico como cocina semi - industrial, refrigeradora, microondas etc., posee también una chimenea en funcionamiento, esta se localiza junto al estacionamiento principal sin embargo requiere de un mantenimiento constante para que este no se vaya deteriorando. En abril del 2010 el Ministerio del Ambiente entrega la administración del restaurante a la

comunidad de Romerillos quien es la encargada actualmente de su funcionamiento.

El Área también cuenta con dos senderos auto guiados, el más corto es el sendero Quishuar el cual se lo puede recorrer en tan solo 20 minutos y atraviesa la zona central y el sendero de romerillos que tiene 2.100 m de longitud y fue diseñado para la interpretación del bosque nativo.

Además el Área cuenta con un Centro de Interpretación y el Museo Luciano Andrade Marín que fueron restaurados y equipados para brindar educación ambiental y dar un soporte a la visita turística del lugar, pero al momento por falta de mantenimiento se ha deteriorado parcialmente.

2.11 Descripción de los atractivos

En el Área de El Boliche existe una infraestructura para los turistas y visitantes, zonas de fogones y áreas de parqueo.

El Área Nacional de Recreación El Boliche posee variedad de atractivos turísticos naturales y culturales; a continuación se describirán algunos de los principales:

- 1. El sendero Quishuar.-** Posee gran belleza escénica, se puede encontrar gran variedad de especies nativas de flora y fauna silvestres. Tiene una distancia de 320 metros, este recorrido se lo realiza a pie y dura aproximadamente 45 minutos y en vehículo en menor tiempo, se ubica a 3550 m.s.n.m. El trayecto presenta la mayor cantidad de atractivos de la zona, siempre a través del bosque de pinos.

Fotografía 2.23. Sendero Quishuar



Fuente: la Autora.

- 2. El sendero Romerillo.-** A mano izquierda partiendo desde la zona de picnic y las cabañas, inicia el sendero, durante el recorrido se puede observar las plantaciones de pino en asociación de plantas nativas arbóreas, arbustivas y herbáceas; en el trayecto encontrará el modo de conservar las microcuencas del Río San Pedro. Tiene una distancia de 1370 metros, este recorrido se lo realiza en una hora y media.

Fotografía 2.24. Sendero Romerillo



Fuente: la Autora.

- 3. El mirador y planicie de Zunfana.-** Dominan el área circundante al volcán Cotopaxi; desde donde se observa extensos bosques de pinos sobre

la planicie de Zunfana, a los pies del mirador. Desde el centro administrativo, caminando, se hace una hora, existe un sitio para acampar; a lo largo de dos horas se llega a las faldas del Rumiñahui.

- 4. Caminatas.-** Se realizan principalmente hacia la laguna de Limpiopungo, La Pampa de Limpios, las faldas del volcán Rumiñahui, el Valle Encantado y el sendero que conduce al Área de Recreación El Boliche. Con guías experimentados y conocedores del área se puede realizar el ascenso al volcán Cotopaxi.

Fotografía 2.25. Caminatas



Fuente: la Autora.

- 5. Centro de Interpretación.-** En él se puede encontrar parte de la información de las Áreas Protegidas del Ecuador (SNAP), la importancia de su protección, educación ambiental y políticas del manejo de las mismas.

Existe una sala de conferencias con capacidad para 80 personas, donde se ofrece charlas interpretativas y proyecciones.

Fotografía 2.26. Centro de Interpretación



Fuente: la Autora.

Fotografía 2.27. Centro de Interpretación



Fuente: la Autora.

6. Centro Histórico Luciano Andrade Marín (Museo).- Contiene toda la información acerca del Área, costumbres, cultura de los pueblos, el inicio de la introducción del pino al Ecuador; anteriormente estaba dentro de una gran hacienda que venía desde Nagsiche hasta Machachi, la cual se dividió al pasar del tiempo con la creación de la Ley de Reforma Agraria

Fotografía 2.28. Centro Histórico Luciano Andrade Marín



Fuente: la Autora.

Fotografía 2.29. Centro Histórico Luciano Andrade Marín



Fuente: la Autora.

Fotografía 2.30. Centro Histórico Luciano Andrade Marín



Fuente: la Autora.

7. Áreas de picnic

Fotografía 2.31. Área de picnic



Fuente: la Autora.

Fotografía 2.32. Área de picnic



Fuente: la Autora.

8. Área de campamento, servicio de hospedaje y senderos, están a disposición del turista.

Fotografía 2.33. Zona de camping



Fuente: la Autora.

Fotografía 2.34. Cabañas



Fuente: la Autora.

9. Centro administrativo

Fotografía 2.35. Centro administrativo



Fuente: la Autora.

Fotografía 2.36. Centro administrativo



Fuente: la Autora.

- 10. Ciclismo.-** Dentro del área también se puede practicar ciclismo aunque no existan instalaciones apropiadas para este tipo de deporte; sin embargo, los caminos por los cuales los automóviles se trasladan pueden ser utilizados con este fin.

Fotografía 2.37. Ciclismo



Fuente: la Autora.

- 11. Senderos.-** Desde el Boliche se puede tomar el camino de Zunfana para llegar al volcán Rumiñahui, cuya cumbre alcanza los 4.757 msnm. En la

zona se encuentra curiangues y ocasionalmente cóndores en sus rocas y peñascos.

Fotografía 2.38. Senderos



Fuente: la Autora.

- 12.** Las manifestaciones culturales constituyen un ingrediente importante entre los atractivos de El Boliche y sus alrededores: en Pujilí, en la hacienda de Isinche Grande, se realiza en febrero la adoración al Niño de Isinche; en la ciudad de Latacunga, del 20 al 26 de septiembre, las festividades de la Virgen de las Mercedes y la tradicional festividad de la Mama Negra en noviembre, con bailes, músicos, canciones autóctonas, y otras atracciones típicas.

- 13. Ferrocarril.-** Uno de los paseos favoritos es viajar de Quito a El Boliche en autoferro, el viaje dura cerca de dos horas, parte desde la estación de Chimbacalle en Quito; el turista disfrutará de la variedad de climas, la fantástica naturaleza y el escenario cultural a lo largo del trayecto. Durante este trayecto se atraviesa la Avenida de los Volcanes que presenta una hermosa vista, posteriormente el tren arriba al Área Recreacional “El Boliche” que se encuentra dentro del Parque Nacional Cotopaxi.

Fotografía 2.39. Estación del tren El Boliche



Fuente: la Autora.

Fotografía 2.40. Autoferro



Fuente: la Autora.

Fotografía 2.41. Arribo del tren



Fuente: la Autora.

Tabla 2.5. Categorías y tipologías de los atractivos

Categorías	Tipo	Subtipo	Nombre
Sitios Naturales	Bosques	Bosque siempre verde montano alto	Planicie de Zunfana
	Planicies	Meseta	Planicie de Zunfana
	Montañas	Colina	Cerro de Zunfana
Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Muestra de fauna manejada con fines recreativos	Hato de Camélidos
	Realizaciones técnicas y científicas	Plantación experimental-recreativa	Plantación de Pinos
	Etnografía	Ferias y mercados	Mercado de San Bartolomé de Romerillo
	Etnografía	Manifestaciones religiosas , tradiciones y creencias populares	Fiestas de San Bartolomé de Romerillo

Fuente: Plan de Manejo del ANRB 2006.

Tabla 2.6. Jerarquización de los atractivos

Nombre	Subtipo	Jerarquía
Planicie de Zunfana	Bosque siempre verde montano alto	II
Planicie de Zunfana	Meseta	II
Hato de Camélidos	Muestra de fauna manejada con fines recreativos	III
Plantación de Pinos	Plantación experimental - recreativa	III
Mercado de San Bartolomé de Romerillos	Ferias y mercados	II
Fiesta de San Bartolomé de Romerillos	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares	II

Fuente: Plan de Manejo del ANRB 2006.

2.12 Visitantes e ingresos anuales del Área Nacional de Recreación El Boliche

El Área Nacional de Recreación El Boliche tiene como ingreso principal la llegada de visitantes nacionales y extranjeros, lo cual ha permitido que el Área cuente con los fondos suficientes para el mantenimiento de la misma. Este ingreso se basa principalmente en el cobro de entradas y el alquiler de las cabañas y los espacios para camping.

A continuación se detalla el costo de las entradas al Área y el costo del alquiler de cabañas.

Tabla 2.7. Costo del ingreso al ANRB

	Nacional	Extranjero
Adulto	2 dólares	10 dólares
Niño	1 dólar	5 dólares
Tercera edad y discapacitados	1 dólar	5 dólares

Fuente: Ing. Luis Cevallos, Jefe del ANRB.

Tabla 2.8. Costo de alquiler de cabañas

Cabañas	Cama + litera + colchón	Sábanas + cobijas + cubrecamas	Total
	5 dólares	4 dólares	9 dólares

Fuente: Ing. Luis Cevallos, Jefe del ANRB.

Tabla 2.9. Ingresos anuales del ANRB



Visitantes e ingresos anuales del área nacional de recreación el boliche

Años	Número de Visitantes				Ingresos (Dólares)			
	Total adultos		Total niños		Total visitantes	Total entradas	Cabañas y camping	Total
	Nacional	Extranjero	Nacional	Extranjero				
2002	10.104	252	12.894	31	23.281	\$ 30.682	\$ 2.609	\$ 33.291
2003	10.241	247	10.095	2	20.585	\$ 33.057	\$ 1.891	\$ 34.948
2004	6.072	221	5.850	0	12.143	\$ 20.204	\$ 1.985	\$ 22.189
2005	9.150	284	9.208	0	18.642	\$ 30.348	\$ 2.214	\$ 32.562
2006	8.721	203	8.744	1	17.669	\$ 28.221	\$ 2.571	\$ 30.792
2007	5.774	472	5.855	3	12.104	\$ 22.138	\$ 2.320	\$ 24.458
2008	3.885	213	4.737	4	8.839	\$ 22.138	\$ 1.613	\$ 23.751
2009	4.339	127	3.785	2	8.253	\$ 13.743	\$ 1.462	\$ 15.205
2010	2.440	35	1.761	0	4.236	\$ 6.991	\$ 1.104	\$ 8.095
Total	60.726	2.054	62.929	43	121.516	\$207.522	\$ 17.769	\$ 217.196
Promedio	7.591	257	7.866	5	15.190	\$ 25.940	\$ 2.221	\$ 27.150

Fuente: Archivo de Informes Anuales, Área Nacional de Recreación El Boliche.

Editado por: Luis Cevallos (Responsable del Área), 2010.

En estos últimos 9 años el que mayor ingreso de turistas registró fue el 2002, donde se contabilizaron 23.281 personas entre extranjeros y nacionales; en los años posteriores se puede observar que el número de visitantes ha ido disminuyendo paulatinamente, por ejemplo en el 2003 se observa que 20.585 personas visitaron El Boliche mientras que en el 2004 el ingreso de personas fue de 12.143, lo cual muestra que el número de visitantes disminuyó considerablemente; sin embargo, en el 2005 existe una recuperación ya que se registra un número de 18.642 visitantes, pero en los años siguientes la disminución de visitantes ha sido evidente.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DEL ENTORNO EXTERNO

3.1 Ambiente económico

En los últimos años la crisis económica existente a nivel mundial ha afectado al sector turístico en general la misma que no ha sido totalmente superada, y uno de los países que se ha visto perjudicado es el Ecuador, lo cual ha generado una disminución en los ingresos económicos del mismo al ser este un país que vive en parte del turismo.

Para que exista turismo debe existir ahorro, predisposición por viajar y conocer, todos estos factores se ven afectados debido a la crisis existente a nivel mundial, en especial en países como los Estados Unidos ya que la mayoría de turistas que visitan el Ecuador provienen de este, además de otros países de Europa como por ejemplo Alemania, por lo que la cantidad de turistas que provienen de este ha aumentado considerablemente en los últimos años.

En la actualidad la mayoría de turistas que ingresan a Ecuador en gran parte provienen de Sudamérica, el problema radica en que estos turistas no están dispuestos a gastar mucho dinero como los provenientes de Norte América o Europa.

En el año 2008 el mayor número de turistas que ingresaron al país eran los provenientes de EE.UU.; sin embargo el incremento de turistas originarios de países sudamericanos como Colombia ha aumentado considerablemente como se puede observar en la Tabla 3.1.

Tabla 3.1. Principales emisores para Ecuador 2008

Ranking	País	Total	%(1)
1	EE.UU.	244,406	24
2	Colombia	200,487	20
3	Perú	147,420	15
4	España	49,937	5
5	Reino Unido	25,180	3
6	Alemania	24,227	2
7	Chile	24,212	2
8	Canadá	22,839	2
9	Argentina	21,718	2
10	Francia	18,876	2
11	Resto del mundo	225,995	22
Totales		1,005,297	100%

Fuente: PIMTE 2014 (Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador).

Recientemente el ingreso de turistas internacionales ha bajado de manera muy significativa debido a la crisis económica existente a nivel mundial y que no ha sido totalmente superada afectando a la industria turística en general; uno de estos países es el Ecuador, por ejemplo el ingreso de turistas con relación al año 2008 - 2009 ha bajado considerablemente el uno con el otro; en el 2008 el ingreso de turistas extranjeros era de 1.005,297 y en el 2009 disminuyó a 654.380.

Tabla 3.2 Entrada de extranjeros, 10 principales nacionalidades, enero a agosto 2009

Países	Entradas	
	Número	%
EE.UU.	175.140	26,0
Colombia	103.948	15,9
Perú	101.380	15,5
España	39.038	6,0
Chile	17.472	2,7
Reino unido	17.317	2,6
Venezuela	17.128	2,6
Alemania	16.235	2,5
Canadá	15.767	2,4
Argentina	14.961	2,3

Fuente: INEC, Entrada de extranjeros 10 principales nacionalidades.

"El turismo es el mayor empleador del mundo´ y ´puede jugar un papel importante en la recuperación de la economía mundial´, aseguró Jean Baumgarten del Consejo Mundial del Viaje y el Turismo, que reúne a las 100 principales empresas del sector.

A pesar de que la industria turística representa el 9% del PIB mundial y 220 millones de empleos, ´sigue marginada y no es tomada en serio´ por los gobiernos, lamentó Taleb Rifai, Secretario General de la Organización Mundial de Turismo.¹³

"La llegada de turistas internacionales a Ecuador creció un 9,8 por ciento en el primer semestre de 2010, informó hoy el Ministerio de Turismo de Ecuador en un comunicado.

Según la institución, este crecimiento es resultado de la ´promoción interna y externa´ del país, después de la crisis financiera mundial y el brote de la gripe AH1N1, ´que provocó una caída del 3,5 por ciento de llegadas en 2009 con relación al 2008.¹⁴

Entre enero y junio de 2010, Ecuador recibió 122.013 visitantes provenientes de Estados Unidos, 100 .646 desde Colombia y 75 .939 desde Perú. Asimismo, llegaron 26.847 turistas desde España y 14.162 de Venezuela, señala el comunicado. Los datos provienen de un estudio realizado por la Organización Mundial de Turismo (OMT).

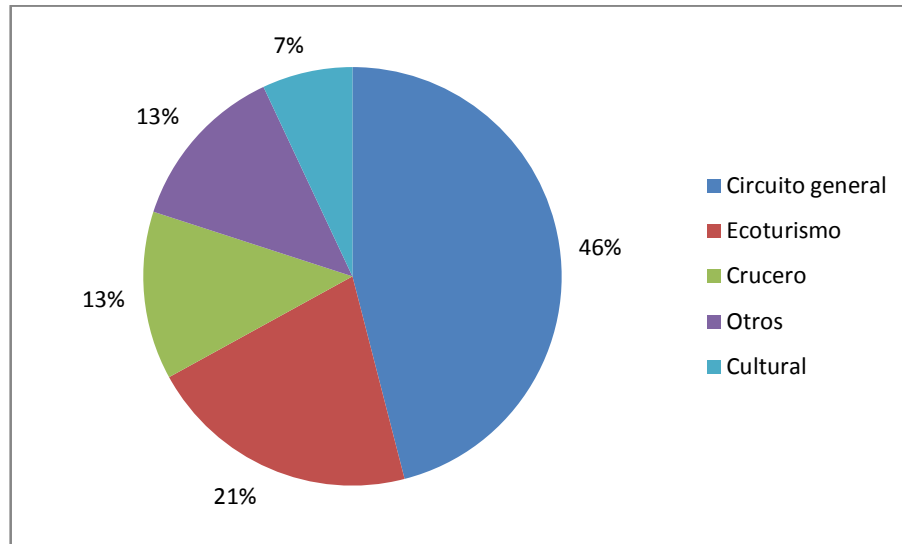
Ese organismo presentó los datos, a nivel mundial, en el marco del cuarto foro sobre tendencias y perspectivas del turismo en China, donde se reflejó un incremento del 7 por ciento en las visitas a América y, particularmente, un aumento del 4 por ciento a América del Sur.¹⁵

¹³ <http://www.expreso.ec>

¹⁴ <http://www.extra.ec>

¹⁵ <http://www.hoy.com.ec>

Gráfico 3.1. Productos turísticos más comercializados a nivel global por operadores que venden Ecuador en el mundo



Fuente: PIMTE 2014.

3.1.1 Turismo interno

Se entiende por turismo interno los viajes realizados, con fines turísticos, por los residentes de un país, dentro del territorio nacional.

El turismo interno se produce generalmente por visitas a sitios de interés turístico, con infraestructuras organizadas para atender y recibir turistas y en los cuales el actor consiga un marcado cambio de ambiente en relación al que existe en el lugar de su habitual residencia. Es el caso de los habitantes de países con estación de invierno cuando se desplazan, en su propio país, a sitios con playas.

"Durante la temporada alta los ecuatorianos visitan en gran medida las playas aprovechando los días de sol. Las opciones de alojamiento son las casas de playa de fin de semana, alquiler de casas o departamentos, como también hoteles, hostales y pensiones.

Durante la temporada baja, la gente de clase media alta se desplaza también a las playas, y en los meses de mayo a septiembre por temporada de avistamiento de ballenas jorobadas en Puerto López y Salinas, principalmente.

Los feriados más importantes para los ecuatorianos son: Carnaval (Febrero), Semana Santa (Abril), Difuntos (Noviembre), Navidad (Diciembre) y Fin de Año (Diciembre).¹⁶

Los motivos principales de visita en feriados y fines de semana son:

- Recreación
- Visitas a familias y amigos
- Negocios/motivos profesionales
- Congresos/conferencias
- Motivos religiosos
- Compras
- Tratamientos de salud
- Estudios
- Otros motivos

¹⁶ PIMTE 2014 (Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador).

Tabla 3.3. Preferencias de actividad de visitantes internos

Actividad realizada	Total de visitantes	%
Practicar deportes	326.317	12,2
Observar flora y fauna	79.232	3,0
Visitar, naturalizar en áreas protegidas	695.169	26,1
Visitar a comunidades	4.473	0,2
Visitar shamanes, curanderos	1.608	0,1
Visitar sitios arqueológicos, históricos	77.126	2,9
Diversión	1.214.990	45,6
Gastronomía	170.882	6,4
Realizar compras	52.381	2,0
Otros	44.137	1,7
Total del universo	2.666.315	100,0

Fuente: PIMTE 2014

Como se puede observar en la Tabla 12., las actividades de diversión ocupan el primer lugar en las preferencias de los visitantes internos (45,6%); seguidos por la visita a áreas protegidas (26,1%), y en menor medida por la práctica de deportes (12,2%). El resto de motivaciones son mínimas, destacando los desplazamientos específicos por experiencias gastronómicas. Los deportes, diversión, gastronomía y compras, suman 62% en un solo concepto de distracción de lo que quiere el ecuatoriano.

La economía de El Área Nacional de Recreación El Boliche se sustenta fundamentalmente en el turismo, específicamente en el número de turistas tanto nacionales como internacionales que ingresan al Área anualmente y en el aporte que recibe por parte de las diferentes instituciones estatales.

El Boliche es un atractivo turístico dirigido a personas de todas las clases sociales al ser este muy accesible, la mayoría de turistas que visitan el Área son turistas nacionales y en muy bajo porcentaje son los provenientes de otros países.

3.2 Ambiente tecnológico

La tecnología en la actualidad es una herramienta clave en cualquier actividad que se realice, y el turismo no podía ser la excepción.

Una de las herramientas que ha influido en el crecimiento del Turismo es sin duda el Internet ya que millones de personas a nivel mundial tienen acceso a este y por ende este se ha convertido en una herramienta clave mediante la cual se ha podido promocionar los productos turísticos a nivel mundial. Por qué se puede conocer las ofertas turísticas de cualquier parte del mundo.

El Ministerio de Turismo del Ecuador conjuntamente con el Ministerio del Ambiente, promociona al país en sus páginas web del MINTUR y MAE respectivamente en todo el mundo dando a conocer todos los destinos turísticos con los que cuenta.

El Área Nacional de Recreación El Boliche se promociona en la página del Ministerio del Ambiente formando parte del Sistema de Áreas Protegidas con las que cuenta nuestro país, en el que se puede encontrar información de todos los atractivos con los que cuenta el Área.

3.3 Ambiente cultural

En cuanto a la cultura turística se puede decir que en los últimos años ha existido una creciente tendencia en la sociedad por conocer los atractivos turísticos naturales.

"Muchos países en el mundo, se han abanderado con múltiples opciones de productos de viajes, entre ellos sin duda, el ecoturismo el cual ha ocupado una gran atención tanto de empresas privadas (tour operadores, agencias de

viajes, operadores receptivos, etc.), como de la gestión pública, así como de organismos de promoción mixta (gobierno y empresas privadas).¹⁷

El ecoturismo ha evolucionado en diversas tendencias como el turismo de aventura con actividades vinculadas a deportes extremos como montañismo, rafting, senderismo, camping, etc. Otras tendencias del ecoturismo se inclinan a conocer áreas naturales donde las personas pueden olvidarse del estrés de la ciudad y disfrutar del contacto con la naturaleza.

"El ecoturismo nace en Europa, proveniente del "turismo verde" que se desarrolló ampliamente en los años 80 en ese continente. Más adelante lo concretizan EEUU y Canadá, pero el término que conocemos hoy en día lo creó y patentó Costa Rica, ya que al ser este país uno de los más ricos en biodiversidad y ecosistemas, se podría decir que fue un "laboratorio biológico" para Estados Unidos y Canadá, quienes comenzaron a instalar centros de investigación los cuales de a poco fueron utilizados también como agencias turísticas, logrando de esta manera financiar dichos programas de investigación."¹⁸

3.4 Ambiente legal - político

En el Ecuador, el ente regulador de la actividad turística es el Ministerio de Turismo, este organismo es reconocido como la autoridad máxima en cuanto a Turismo se refiere, este conjuntamente con los organismos seccionales de cada provincia son los encargados de controlar todo tipo de actividad turística que se realiza en el país.

Actualmente se conoce que el Ministerio del Ambiente está realizando algunos proyectos conjuntamente con las comunidades que habitan cerca del Área, especialmente con la comunidad de Romerillos para promover la

¹⁷ <http://www.liderempresarial.com>

¹⁸ <http://www.disfrutachile.cl>

participación de la población en las diferentes actividades turísticas que se realizan en El Boliche.

"El 15 de abril del 2010 la Ministra del Ambiente junto con representantes de la comunidad de Romerillos firmaron un acuerdo en el cual el Ministerio del Ambiente entrega la administración del Área de Recreación El Boliche a la comunidad de Romerillos esto ayudará a que su población participe activamente en el manejo de todos los servicios turísticos y les permitirá participar como guías turísticos.

Cerca de 120 personas habitan la comunidad de Romerillos de las cuales la mayor parte de ellas viven del Turismo pues la actividad agrícola ya no es tan rentable en el sector los cuales han optado por organizarse y ofrecer servicios turísticos dentro del Área y de esta manera ayudar al MAE a promover la conservación de la misma.

Esta idea forma parte del nuevo sistema de gestión de las Áreas Protegidas en las cuales el Ministerio de Ambiente está promoviendo activamente la participación de la población en la administración de las mismas y de esta forma las comunidades que habitan en sus alrededores toman conciencia cada vez mas de la importancia de su conservación y como un aporte adicional para mejorar su calidad de vida.¹⁹

3.5 Ambiente natural

El ambiente natural no se lo puede controlar y menos predecir como ocurrió en el año 2009 con la epidemia de Influenza AH1N1 la cual apareció en México en el Estado de Veracruz y afectó en forma directa al desarrollo normal del turismo a nivel mundial y por ende al país; ventajosamente esta epidemia fue controlada en forma satisfactoria sin acarrear mayores problemas y en la actualidad la actividad turística se desarrolla con total normalidad.

¹⁹ <http://www.ambiente.gob.ec/contenido.php?cd=2156>

CAPÍTULO IV

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

4.1 Objetivos

4.1.1 Objetivo general

Analizar la oferta y la demanda, para identificar los gustos y preferencias de los visitantes del Área Nacional de Recreación El Boliche, para definir las oportunidades reales dentro del mercado.

4.1.2 Objetivos específicos

- Conocer las características de las personas que visitan El Boliche.
- Identificar cómo se enteraron del Área, qué les incentivó a visitarla y porqué optaron por venir a El Boliche.
- Averiguar qué les gustó del área.
- Investigar qué le hace falta al Área.
- Conocer lo bueno, lo malo, los pros y los contras que posee u ofrece el atractivo, según el punto de vista de los visitantes.

4.2 Población

Se investigó a los turistas nacionales e internacionales que llegan al Boliche, de acuerdo a información proporcionada por el Ing. Luis Cevallos jefe del ANRB, se registra un ingreso promedio de 688 personas al mes durante el año 2009.

4.3 Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra se lo consiguió aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(N - 1) \cdot e^2 + z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población total (688 personas por mes)

Z = Nivel de confianza 95.5% (equivalente a 2)

e = Margen de error (0.06)

p = Aceptación (50%)

q = No aceptación (50%)

Tamaño de muestra:

$$n = \frac{2^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 688}{(688 - 1) \times 0,06^2 + 2^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \mathbf{198}$$

El tamaño de la muestra es de 198 turistas, a los que se realizó las encuestas.

4.4 Técnica para recopilar la información

La recopilación de datos como se especifica en el punto anterior es mediante encuestas a turistas nacionales e internacionales, la mayoría de preguntas son cerradas, es decir que tendrán opciones de respuestas pre establecidas y los encuestados tienen que acogerse a una de estas, también se aplicó una entrevista personalizada al Director del Área Nacional de Recreación El Boliche.

4.4.1 Entrevista

Nombre: Ing. Luis Cevallos

Cargo: Jefe del Área Nacional de Recreación El Boliche

Pregunta 1.- ¿Cuántos turistas visitan el Área por semana o mes?

Bueno la llegada de turistas al Área no es tan definida, pero hablando de la visita por año es entre los 12.000 a 15.000 visitantes; mensualmente no está bien definido, hay meses que hay entre 200 turistas y otros que sobrepasan los mil.

Pregunta 2.- ¿Cuáles son los ingresos semanales o mensuales por turistas nacionales y extranjeros?

Depende del número de visitantes y del valor obtenido por pago, por tasas de ingreso; semanalmente se hace un depósito y bordea de doscientos a mil dólares y cuando es un mes bastante visitado unos dos mil dólares, lo cual es esporádico, en general es un promedio de unos treinta mil anuales.

Pregunta 3.- ¿Quiénes visitan más El Boliche los turistas nacionales o internacionales?

El 99%, por no decir más, son turistas nacionales.

Pregunta 4.- ¿Cuáles son los costos de los servicios para turistas nacionales e internacionales?

- *En cuanto a visitantes nacionales, para adultos la entrada tiene un costo de dos dólares y un dólar tanto para niños como para tercera edad y discapacitados.*

Los visitantes internacionales pagan diez dólares los adultos y cinco dólares los niños, tercera edad y discapacitados.

En la actualidad (año 2010) hay una nueva disposición que estamos acatando desde este mes (Noviembre) los visitantes nacionales de 1 año a 16 años tienen paso libre y los de tercera edad al igual que los discapacitados no pagan; actualmente si vienen grupos numerosos de unos mil estudiantes menores de 16 años pasan gratis debido a una disposición nueva, si son de 17 a 50 años y son estudiantes pagan un dólar y el resto paga dos dólares.

- *El servicio de restaurante está desde abril de este año (2010), en el que se firmó un convenio con la comunidad de san Bartolomé de Romerillos, ellos son los encargados de prestar el servicio los fines de semana y feriados y el costo del mismo depende del menú.*
- *En el costo de las cabañas no hay diferencia, tanto los ecuatorianos como los extranjeros pagan cinco dólares cuando este no incluye el menaje.*

Las cabañas disponen de camas, literas, colchón cuando el turista viene con todas las provisiones como son: sleeping, cobijas, etc. En caso de que el turista requiera de sábanas, cobijas, cubrecamas esto tiene un costo adicional y se está dando la opción de que cuando vienen grupos organizados les demos todo el servicio completo incluido el costo de la cabaña y menaje; ahí cuesta cinco dólares para la institución, y la comunidad por el servicio de mantenimiento del menaje cobra cuatro dólares diarios por persona, es decir con ese servicio las cabañas cuestan 9 dólares.

Todavía no está bien definido el valor a cobrarse, se está analizado técnicamente cuánto mismo debe cobrarse; unos dicen que probablemente el costo sea mayor o menor, está por hacerse un análisis técnico para determinar bien los valores.

El servicio de calefón está contemplado dentro del menaje; cuando esporádicamente viene una familia, independiente a los cinco dólares estamos cobrando un porcentaje mínimo por consumo de gas, aún cuando esto no está establecido en el POA ni el Estado tiene la disponibilidad para dotar de ese servicio, y para esto hay que hacer un análisis técnico de financiamiento para poder, en base a la Ley, establecer el costo.

- *Cuando vienen grupos numerosos, de más o menos 300 personas, y solicitan el servicio de guianza, se contactan con la operadora de la comunidad y esta les proporciona guías locales por un costo de quince o veinte dólares por grupo independientemente si es nacional o extranjeros.*

- *El uso de las áreas de picnic está contemplado como parte del costo del ingreso.*

Pregunta 5.- ¿Cuál es el aporte al año o mensual que reciben del Gobierno?

Nosotros tenemos fondos producidos por la misma institución, fondos propios o autofinanciamiento y también nos ayuda el Ministerio de Finanzas con un aporte, eso no está muy establecido pero entre fondos propios y fondos asignados por Finanzas normalmente El Boliche tiene un presupuesto de 12.000 dólares mensuales, el año pasado tuvimos la grata visita de la señora Ministra actual (Marcela Aguiñaga) y se pudo hacer todas las enmiendas y mejoras en infraestructura, es por eso que está como está , ya que se encontraba deteriorado y abandonado pues 12.000 dólares no cubren ni las necesidades básicas, peor para mantener una infraestructura como la que tiene esta área.

Pregunta 6.- ¿Cuántos empleados tiene el Área y qué salario promedio tiene cada uno?

A partir de este año hubo un incremento de personal, de planta nosotros somos cuatro funcionarios con nombramiento, en la parte administrativa en la actualidad hay dos funcionarios entre ellos la señorita que nos acompañó a las actividades de hoy, que son a contrato hasta diciembre; los cuatro hacemos de todo, desde limpieza, mantenimiento y trámites administrativos; el salario promedio es de 550 dólares.

Pregunta 7.- ¿Qué cree usted que le hace falta al Área?

En cuanto a infraestructura el Área se encuentra muy bien dotada en relación a su espacio físico, lo que nos hace falta es presupuesto y talento humano porque no nos abastecemos, por la magnitud de las actividades, los trabajos y las necesidades que existen aquí son suficientes las personas que contamos actualmente, tomando en cuenta que no hay una persona específica para las actividades que contempla el plan de manejo en este caso: de protección, de mantenimiento y de seguridad, prácticamente todos hacemos de todo; lo óptimo sería que haya un personal específico para cada actividad; inclusive sacrificamos las horas de descanso, no tenemos horario normal de trabajo.

Pregunta 8.- ¿Cómo se promociona El Boliche?

Esto siempre ha sido nuestra debilidad ya que el presupuesto es tan limitado que lo máximo que hemos podido realizar en publicidad es: un tríptico, un afiche y unos banderines pues obviamente esto es mínimo, ya que a mi modo de ver quisiera que alguien nos ayude con un plan de marketing para crear un programa en internet y así promocionar el área; claro que existe una página en internet, pero la información que contiene es muy general, mi idea sería crear un sitio web solo de El boliche ya que esto ayudaría muchísimo.

Bueno, la idea de crear un plan de marketing sería promocionar al área pero al mismo tiempo regular el ingreso de visitantes para que de esta forma no exista una sobrecarga tanto para el Área como para el personal que laboramos en ella, ya que las cuatro personas no estamos los 365 días del año, tenemos turnos que están distribuidos de cuatro maneras: de lunes a viernes, de martes a sábados, de domingo a jueves y turnos de miércoles a domingo; porque trabajamos cinco días y dos días descansamos.

Pregunta 9.- ¿Pagan los servicios básicos?

Se paga la luz, y el consumo está directamente relacionado con el número de visitantes a mayor número de visitantes mayor consumo y viceversa, el agua es gratuita ya que contamos con una micro cuenca que abastece al área esta es entubada, es agua natural sin tratamiento, no tiene mayor contaminación y es utilizable; no contamos con servicio de teléfono e internet eso es lo que nos hace falta.

Pregunta 10.- ¿Reciben aportes de empresas privadas?

Alguna vez yo realicé una auto gestión y nos apoyó la empresa de pinturas Cóndor con un poco de pintura, además de esto no recibimos aportes de ninguna empresa privada, lo que tenemos es convenios con las comunidades, eso nos ayudado enormemente.

El convenio que le manifiesto es de cooperación mutua y se realizó entre la señora Ministra y la comunidad de Romerillos, se les designo para el manejo y administración del bar comedor ya que al no tener suficiente personal esta infraestructura estaba subutilizada y abandonada; a cambio de esto la comunidad colabora con la mano de obra para el mantenimiento del área; otro convenio que tenemos con la misma comunidad es por el uso y servicio de la micro cuenca, ellos captan agua para el consumo humano y a cambio de eso nos ayudan con dos mingas; aproximadamente vienen 120 personas y hacen en un día lo que los cuatro no hacemos en meses y de esa manera el apoyo que recibimos es muy significativo.

Con el presupuesto que asignó la señora Ministra directamente a través de la Dirección Nacional de Biodiversidad, se adquirió los materiales y parte del pago de mano de obra, y gracias a las buenas relaciones y los convenios mantenidos con la comunidad logramos conseguir que 600 personas nos apoyaran en el trabajo sin costo, por este compromiso hay también la captación de otra micro cuenca de otra comunidad con los mismos términos.

Pregunta 11.- ¿Tienen convenios con agencias de viajes, medios de promoción o publicidad?

No tenemos ningún tipo de convenio excepto los que manifiesto con la operadora turística Boliche Tours que es de la comunidad.

Pregunta 12.- ¿Cree usted que un plan de marketing ayudaría a incrementar el turismo en el Área?

De hecho, es una necesidad y obviamente eso incrementaría las visitas ya que las personas que vienen son de ciudades cercanas al Área como son: Latacunga, Ambato, Quito, etc.

He escuchado de personas que han venido de Quito decir que no conocían el lugar y quienes se han llevado la sorpresa y la admiración de conocer el Área, por eso creo en la necesidad de realizar un plan de marketing que ayudaría a promocionar e incrementar las visitas a El Boliche e inclusive personas que ya han visitado anteriormente el Área se han dado cuenta del cambio demostrando su admiración y sorpresa.

Cuando hay visitas de grupos numerosos que desean realizar conferencias se les presta el salón de conferencias y se les da todas las facilidades y la gente se va satisfecha.

Pregunta 13.- ¿Qué piensa de la situación actual del turismo en EL Boliche?

Últimamente los ingresos no están tan halagadores, se podría decir que no hay mucha demanda, al menos en el 2009 bajó significativamente y este año estamos logrando volver a la curva normal de las estadísticas que llevamos.

Pregunta 14.- ¿Cuál cree usted que es el principal impacto ambiental que tiene la actividad turística?

En general no hay mayor impacto ambiental ya que con la ayuda del trípico la gente se informa de cómo comportarse dentro del Área, la mayoría de la gente ha tomado conciencia de no botar los desechos en el Área, cosa que antes no se hacía, hoy por lo menos la gente ya utiliza los basureros, sin embargo todavía hay personas que no lo hacen y las tareas de limpieza toman uno o dos días.

Pregunta 15.- ¿Existe algún estudio de capacidad de carga en cuanto a turistas se refiere?

Actualmente se está haciendo un estudio de tesis de una señorita de la Universidad de Cuenca sobre la capacidad de carga turística del Boliche.

Pregunta 16.- ¿Cuáles piensa usted que serían las medidas de mitigación para prevenir impactos ambientales en cuanto a la actividad turística se refiere?

Lo ideal sería concienciar a los visitantes que la basura que producen la lleven a botar en los recolectores que llegan a sus domicilios.

Educar a los visitantes para que respeten los senderos ya que hay mucha gente que no lo hace.

Informar a las personas que es prohibido recolectar la flora o fauna del Área, ya que si todos lo hiciéramos poco a poco se iría deteriorando, causando un grave impacto ambiental.

Esas medidas ayudarían a mitigar impactos ambientales.

Pregunta 17.- ¿Cómo está enfocado el turismo en El Boliche?

Este está enfocado principalmente al ecoturismo y actualmente se lo está tratando de enfocar al turismo de investigación.

Pregunta 18.- ¿Quién maneja la actividad turística en El Boliche?

Es el Ministerio del Ambiente, excepto lo que es el restaurante que esta manejado por la comunidad de Romerillo.

Pregunta 19.- ¿Quién maneja el dinero en cuanto a tarifas se refiere la comunidad o el ministerio?

En cuanto a tarifas es responsabilidad del Ministerio a través de los funcionarios del Área, últimamente ya hay una persona encargada directamente de la administración, es la señorita Carmen Beltrán que está prestando sus servicios en calidad de contratada, específicamente la actividad de ella es el manejo turístico de recursos naturales.

La comunidad de Romerillos está encargada de la administración del bar comedor y el mantenimiento de las canchas deportivas y si desearían prestar otros servicios como alquiler de caballos, bicicletas, servicio de guías naturalistas esto correría por su cuenta y el beneficio sería para ellos; a cambio de realizar el mantenimiento de las vías, senderos, áreas de camping, sería un dar para recibir.

Pregunta 20.- ¿Qué problemas ha observado que existe en la actividad turística del Boliche?

La falta de personal necesario para poder atender a los visitantes y mejorar el control de la gente que ingresa al área, ya que ha habido casos de vandalismo, gente que pinta grafitis.

4.4.1.1 Conclusiones de la entrevista

De acuerdo al criterio emitido por el Ing. Luis Cevallos, El boliche ha mejorado gracias a la autogestión y al apoyo recibido por parte de la Ministra del Ambiente; en general el Área se encuentra en buenas condiciones y lo que hace falta es mayor número de personal en cuanto a guías y mano de obra para mantener el buen estado del Área; algo indispensable según el Jefe del Área es la creación de un plan de marketing ya que esto incrementaría el número de visitantes el cual ha disminuido de manera notable estos últimos años.

4.4.2 Encuestas turistas nacionales

Encuesta

La siguiente encuesta tiene por objeto investigar el ANRB (Área Nacional de Recreación El Boliche), para poder mejorar la afluencia de turistas que ingresan, las respuestas no tendrán repercusión alguna en su contra, por lo mismo no se pide información personal como nombres. De antemano se agradece la atención y el tiempo prestado para la misma.

Por favor marque con una **X** su respuesta:

1. Género

Femenino _____

Masculino _____

2. Edad

-20 _____

21- 35 _____

36 – 45 _____

46 – 60 _____

+60 _____

3. Origen

Cotopaxi _____

Pichincha _____

Tungurahua _____

Sierra _____

Costa _____

Oriente _____

Región Insular _____

4. ¿Cómo se enteró del ANRB?

Agencia de viajes____ Amigos – familiares____ Promoción gubernamental____
Internet____ TV____ Radio____
Medios escritos____ Embajada o consulado____ Otro (especifique) _____

5. ¿Por qué decidió venir al ANRB?

Ecoturismo____ Ocio____ Otro (especifique) _____

6. ¿Cómo llegó al Boliche?

Tren____ Autobús____ Transporte propio____

7. ¿Cuál es su presupuesto diario para un viaje como este?

\$5 - \$20____ \$21 - \$40____ +\$40____

8. ¿Se quedaría más de un día en El Boliche?

Si____ No____

9. ¿Qué es lo que más le agrada de El Boliche?

Alimentación____ Museo____ Cabañas____ Área de picnic____
Atractivos naturales____ Fácil acceso____ Otro (especifique) _____

10. ¿Qué creé que le falta a El Boliche?

Vialidad____ Seguridad____ Infraestructura____ Promoción y difusión____
Servicios básicos____ +Centros de esparcimiento____ Guías____

11. ¿Qué medio utiliza usted regularmente para informarse acerca de sitios turísticos?

Agencia de viajes____ Volantes____ Internet____ TV____ Radio____
Medios escritos____ Embajadas o consulados____ Otro (especifique) _____

4.4.3 Encuestas a turistas internacionales (inglés)

SURVEY

The purpose of this survey is to investigate El Boliche Recreation Reserve in order to improve the tourist affluence to this place.

We are not asking for personal information such as names so, please give honest answers and taking in consideration they will not have personal repercussions.

We appreciate your attention and time invested in this matter.

Please mark your answers with a **X**:

1. **Genre**
 Female_____ Male_____

2. **Age**
 -20_____ 21- 35_____ 36 – 45_____ 46 – 60_____ +60_____

3. **Where are you from?**
 Norteamérica_____ Centro América o el Caribe_____ América del Sur_____
 Europa_____ Asia_____ África_____ Oceanía_____

4. **How did you find out about El Boliche?**
 Travel agency_____ Friends or family_____ Government advertising_____
 Internet_____ TV_____ Radio_____
 Written advertising_____ Embassy or Consulate_____ Other (specify) _____

5. **Why did you choose to visit El Boliche?**
 Ecotourism_____ Leisure_____ Other (specify) _____

6. **How did you get to El Boliche?**
 Train_____ Bus_____ Private transportation_____

7. **What is your daily budget for a visit like this?**
 \$5 - \$20_____ \$21 - \$40_____ +\$40_____

8. **Would you stay overnight at El Boliche?**
 Yes_____ No_____

9. **What is for you the Highlight of El Boliche?**
 Food_____ Museum_____ Lodging_____ Picnic areas_____
 Natural attractions_____ Easy access_____ Other (specify) _____

10. **What do you think El Boliche needs to improve?**
 Roads_____ Security_____ Infrastructure_____ Promotion y Advertising_____
 Basic Services_____ Places for spare time_____ Guides_____

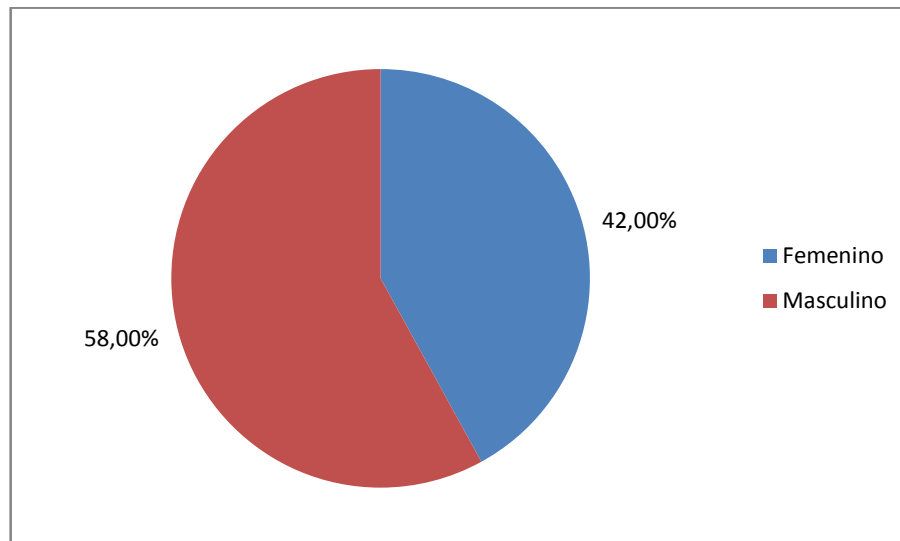
11. **Which of the following is for you the most common information provider for Touristic Places?**
 Travel agency_____ Friends or family_____ Government advertising_____
 Internet_____ TV_____ Radio_____
 Written advertising_____ Embassy or Consulate_____ Other (specify) _____

4.5 Resultados de la investigación

Tabla 4.1. Género de los turistas

Variable	fa	fr
Femenino	83	42,00%
Masculino	115	58,00%
Total	198	100,00%

Gráfico 4.1. Género de los turistas

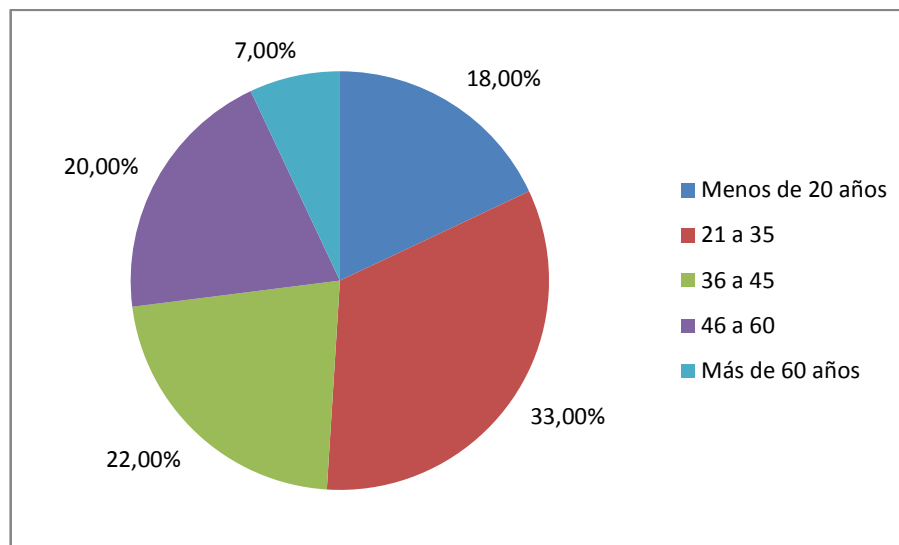


El 58,00% de las personas que visitan El Boliche son hombres y el 42,00% restante son mujeres.

Tabla 4.2 Edad de los turistas

Variable	fa	fr
Menos de 20 años	40	18,00%
21 a 35	66	33,00%
36 a 45	44	22,00%
46 a 60	35	20,00%
Más de 60 años	13	7,00%
Total	198	100,00%

Gráfico 4.2. Edad de los turistas

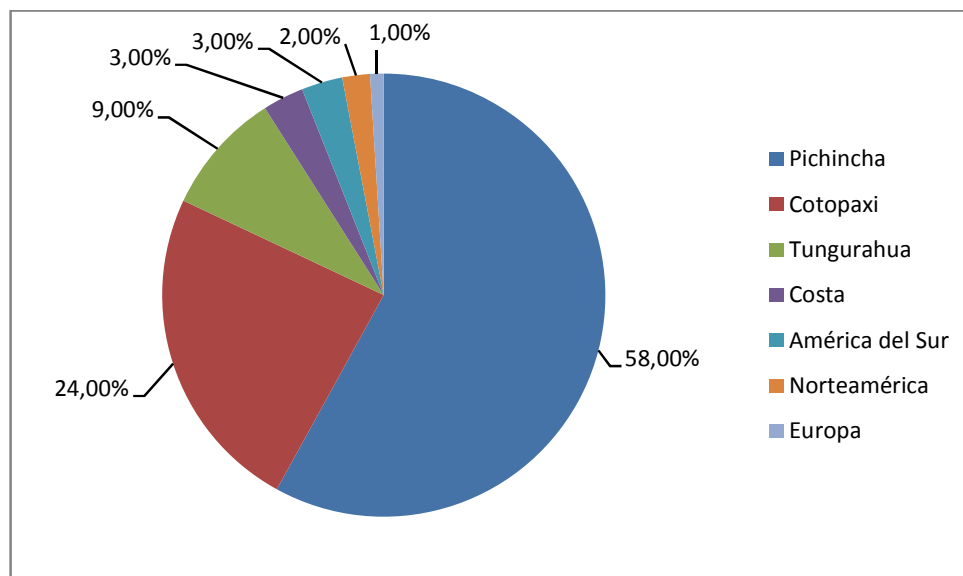


El 33,00% de las personas que visitan El Boliche están en una edad comprendida entre los 21 a 35 años; el 22,00% de personas están entre los 36 a 45 años; un 20% están entre los 46 a 60 años; el 18,00% son menores de 20 años, todos estos suman 93,00% del total, son personas activas, que disfrutan del ecoturismo y les gusta realizar caminatas y diversas actividades físicas, el restante 7% son mayores a 60 años.

Tabla 4.3. Origen de los turistas

Variable	fa	fr
Pichincha	114	58,00%
Cotopaxi	48	24,00%
Tungurahua	18	9,00%
Costa	6	3,00%
América del Sur	6	3,00%
Norteamérica	3	2,00%
Europa	3	1,00%
Total	198	100,00%

Gráfico 4.3. Origen de los turistas

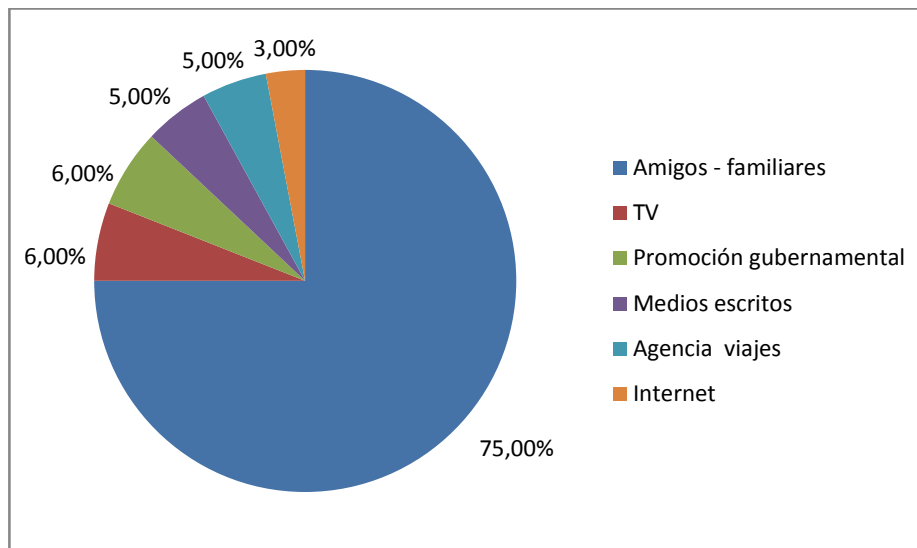


El 94,00% de los encuestados son ecuatorianos y el 6,00% son extranjeros; de los ecuatorianos el 58,00% vienen de Pichincha, un 24,00% vienen de Cotopaxi que es la provincia en la que se encuentra El Boliche, el 9,00% de Tungurahua; esto quiere decir que más del 90% de los visitantes son de cantones y provincias cercanas a El Boliche.

Tabla 4.4. Cómo se enteró del ANRB

Variable	fa	fr
Amigos - familiares	148	75%
TV	12	6%
Promoción gubernamental	12	6%
Medios escritos	10	5%
Agencia de viajes	10	5%
Internet	6	3%
Total	198	100,00%

Gráfico 4.4. Cómo se enteró del ANRB

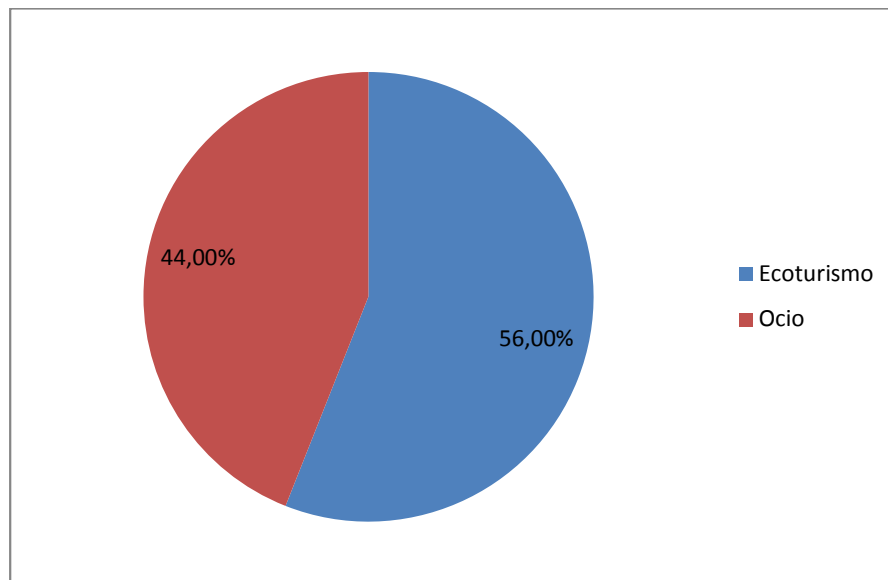


El 75,00% de las personas se enteraron de El Boliche por amigos o familiares, el 25,00% se enteró de otras formas, de las cuales solo 10 personas se enteraron por medio de agencia de viajes que es el 5,00%, esto demuestra la poca promoción que tiene El Boliche.

Tabla 4.5. Por qué decidió venir al ANRB

Variable	fa	fr
Ecoturismo	110	56,00%
Ocio	88	44,00%
Total	198	100,00%

Gráfico 4.5. Por qué decidió venir al ANRB

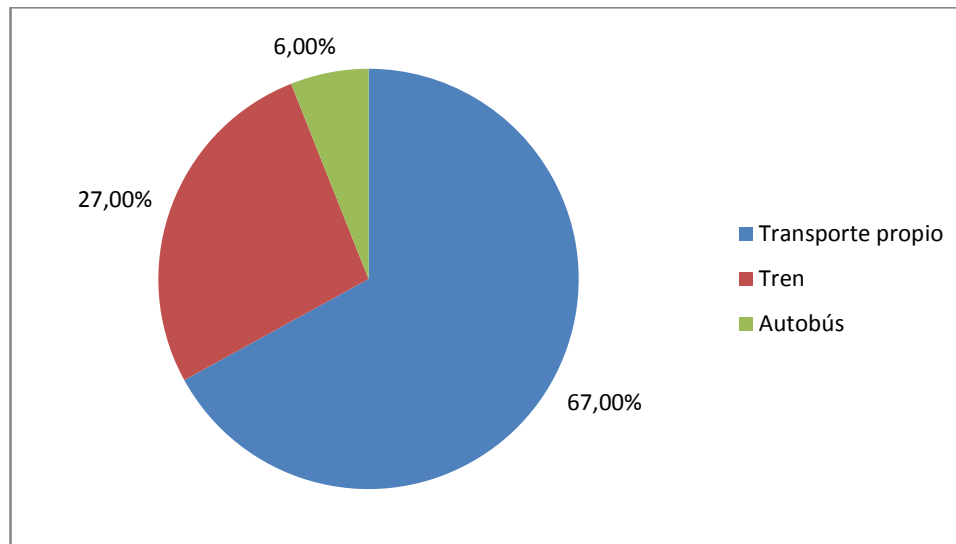


El 56,00% de las personas encuestadas visitan El Boliche por ecoturismo y el 44,00% por ocio, es decir por diversión, paseos familiares o para hacer deportes.

Tabla 4.6. Cómo llegó a El Boliche

Variable	fa	fr
Transporte propio	132	67,00%
Tren	53	27,00%
Autobús	13	6,00%
Total	198	100,00%

Gráfico 4.6. Cómo llegó a El Boliche

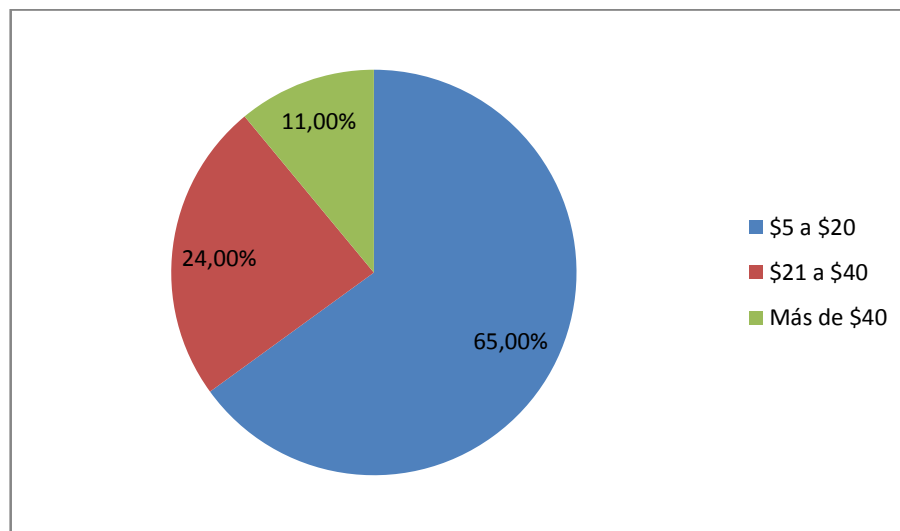


El 67,00% de las personas van en transporte propio, no ocupan el tren que es un gran atractivo turístico que llega a El Boliche, el 27,00% llegan en tren y el restante 6,00% llegan en buses o transportes rentados para grupos.

Tabla 4.7. Cuál es su presupuesto diario para un viaje como este

Variable	fa	fr
\$5 a \$20	128	65%
\$21 a \$40	48	24%
Más de \$ 40	22	11%
Total	198	100,00%

Gráfico 4.7. Cuál es su presupuesto diario para un viaje como este

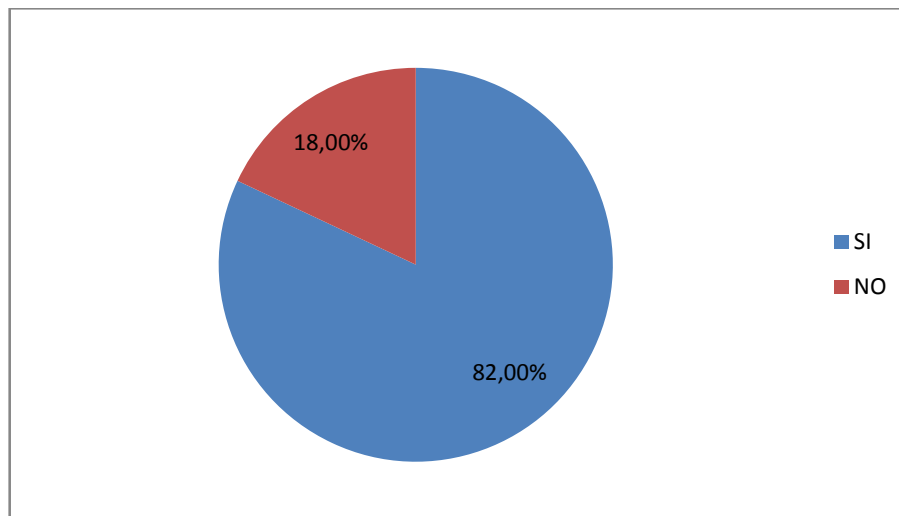


El 65% de las personas están dispuestas a gastar entre \$5 a \$20; el 24,00% podrían gastar entre \$21 a \$40 y el restante 11,00% más de \$40, lo cual quiere decir que la mayoría de personas pueden gastar menos de \$20 diarios en su visita a El Boliche.

Tabla 4.8. Se quedarían más de un día en El Boliche

Variable	fa	fr
Si	163	82,00%
No	35	18,00%
Total	198	100,00%

Gráfico 4.8. Se quedarían más de un día en El Boliche

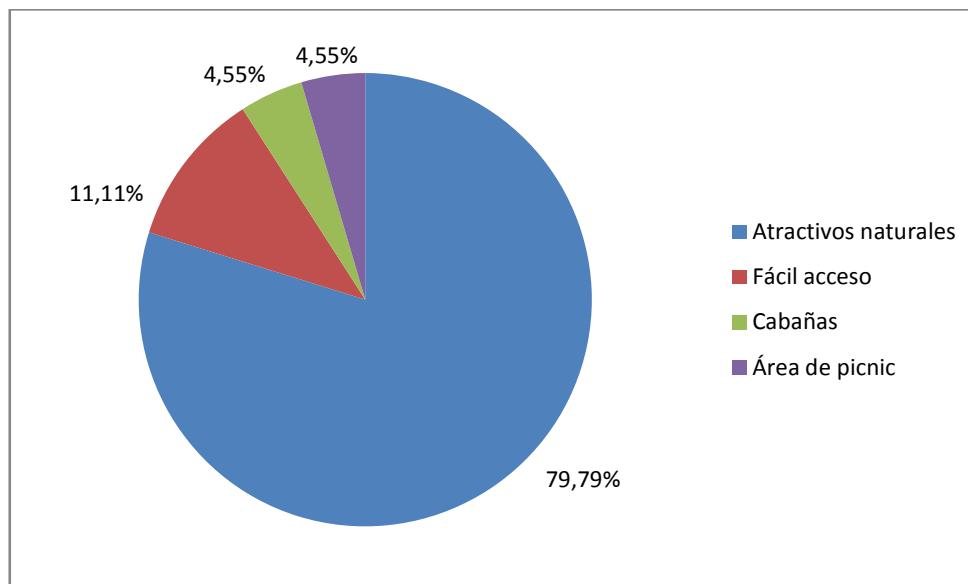


El 82,00% de las personas estarían dispuestas a quedarse más de un día en El Boliche, mientras que el 18,00% no lo haría.

Tabla 4.9. Qué es lo que más agrada de El Boliche

Variable	fa	fr
Atractivos naturales	158	79,79%
Fácil acceso	22	11,11%
Cabañas	9	4,55%
Área de picnic	9	4,55%
Total	198	100,00%

Gráfico 4.9. Qué es lo que más le agrada de El Boliche

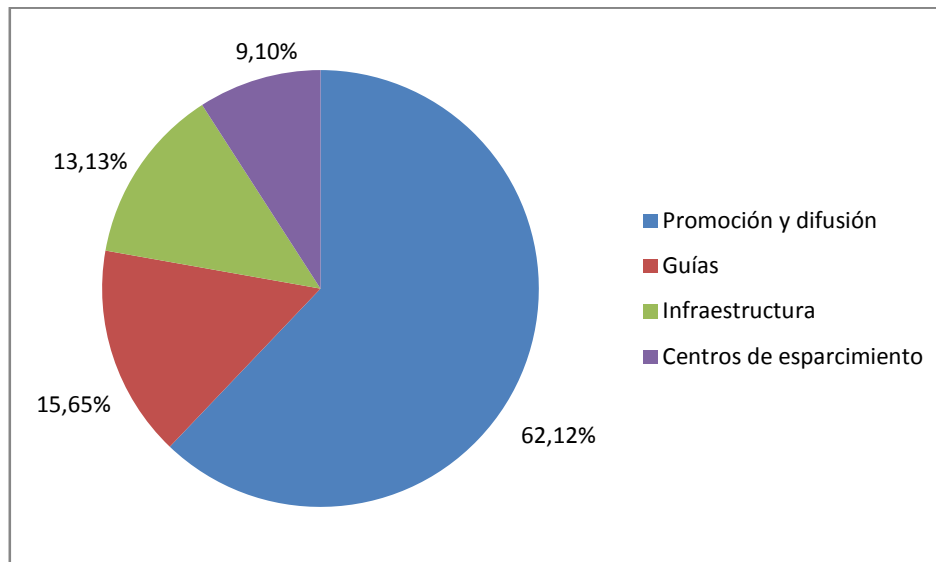


El 79,79% de las personas visitan El Boliche por sus múltiples atractivos naturales; el 11,11% lo visitan por su fácil acceso; el 4,55% lo visitan por sus áreas de picnic e igual porcentaje, por las cabañas.

Tabla 4.10. Qué cree que le falta a El Boliche

Variable	fa	fr
Promoción y difusión	123	62,12%
Guías	31	15,65%
Infraestructura	26	13,13%
Centros de esparcimiento	18	9,10%
Total	198	100,00%

Gráfico 4.10. Qué creé que le falta a El Boliche

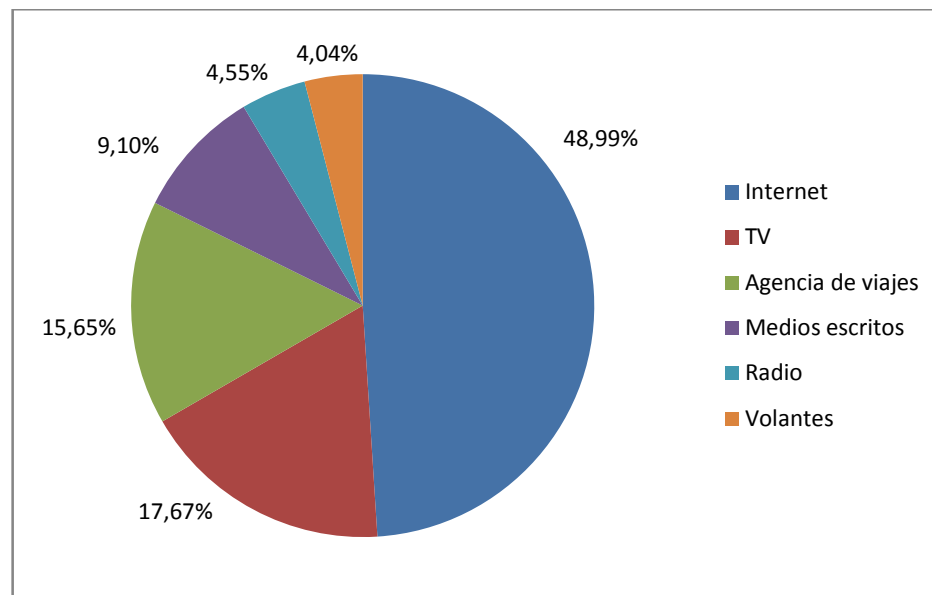


El 62,12% de los encuestados piensan que falta promoción de El Boliche; el 15,65% manifiestan que faltan guías turísticos; el 13,13% indica que no hay infraestructura; y el 9,10% dicen que faltan más centros de esparcimiento. Esta pregunta demuestra que el plan de marketing del ANRB es aplicable para promocionarlo y difundirlo.

Tabla 4.11. Medios utilizados regularmente para informarse acerca de sitios turísticos

Variable	fa	fr
Internet	97	48,99%
TV	35	17,67%
Agencia de viajes	31	15,65%
Medios escritos	18	9,10%
Radio	9	4,55%
Volantes	8	4,04%
Total	198	100,00%

Gráfico 4.11. Medios utilizados regularmente para informarse acerca de sitios turísticos



El 48,99% de las personas acuden al Internet para ver sitios turísticos; el 17,67% ven los lugares que visitan en la TV; el 15,65% acuden a agencias de viajes; el 9,10% buscan en medios escritos; estos son los más importantes ya que suman más del 90% de las personas, lo cual ayuda a saber cómo y hacia dónde dirigir este plan de marketing.

Fotografía 4.1. Encuestas



Fuente: la Autora.

Fotografía 4.2. Encuestas



Fuente: la Autora.

4.6 Conclusiones de la investigación

- La mayoría de personas que visitan El Boliche son hombres; sin embargo, el porcentaje de visitantes mujeres no es tan lejano.
- El rango de edad de los visitantes del ANRB se encuentra entre los 21 a 35 años lo cual indica que la mayoría de visitantes es gente joven.

- La gran mayoría de visitantes son personas provenientes de las provincias de Pichincha y Cotopaxi.
- Los visitantes llegan a El Boliche en gran número por referencias de amigos y familiares más que por promoción directa del Área.
- Las personas que llegan a El Boliche, lo hacen en su mayoría para realizar actividades relacionadas al ecoturismo.
- La mayoría de visitantes llegan a El Boliche en transporte propio y no en el tren, a pesar de ser este uno de los atractivos representativos del Área, debido al tiempo de espera que se requiere para adquirir los boletos.
- La mayoría de visitantes del Área no están dispuestos a pagar más de \$20 dólares por día.
- Más del 80% de visitantes estarían dispuestos a quedarse más de un día en El Boliche.
- Lo más agradable de El Boliche, según sus visitantes, son los atractivos naturales que posee el Área, por ser estos diferentes a los típicos del páramo.
- La investigación demuestra que lo que le falta al Área es promoción y difusión, de ahí la importancia de la presente Tesis.
- El Internet y la televisión son los medios de información más utilizados por los turistas.

CAPÍTULO V

FORMULACIÓN DEL PLAN DE MARKETING

Un plan de marketing describe las acciones y métodos necesarios para alcanzar un objetivo específico en el mercado que puede ser para empresas o instituciones de servicio, comercial o de producción.

El periodo de un plan de marketing depende del tipo de plan a utilizar, puede ser desde un mes hasta 5 años.

Para un correcto plan de marketing es necesario:

- Describir y explicar la situación actual del Área (Realizada en capítulos anteriores).
- Especificar los objetivos.
- Identificar los recursos que se necesitarán: financieros, tiempo y humano.

5.1 Misión del plan de marketing

Contribuir con el desarrollo turístico del Área Nacional de Recreación El Boliche para mejorar e incrementar la afluencia turística.

5.2 Visión del plan de marketing

Convertir al Boliche en un corto plazo en una de las áreas con mayor afluencia de visitantes nacionales como internacionales.

5.3 Objetivos del plan de marketing

- Incrementar el ingreso de los turistas, tanto nacionales como extranjeros, al Área Nacional de Recreación El Boliche mediante la aplicación de un adecuado plan de marketing turístico.
- Conseguir que El Boliche llegue a ser un destino turístico atractivo tanto para el mercado nacional como el internacional.

5.4 Análisis

Para la elaboración del presente Plan de Marketing se va a utilizar los siguientes análisis:

- Análisis de la demanda.
- Demanda histórica.
- Demanda actual.
- Proyección de la demanda.
- Análisis de la oferta.

- Oferta actual.
- Competencia indirecta.
- Competencia directa.
- Análisis FODA.

5.4.1 Análisis de oferta y demanda

El ANRB cuenta con una oferta de instalaciones y edificaciones para el uso turístico y recreacional que han sido utilizadas de manera limitada, sin que se haya logrado una fórmula de administración eficiente, con sustento en las opciones de los segmentos de la demanda real y potencial.

A continuación se procederá a describir cada uno de estos análisis

5.4.1.1 Análisis de la demanda

La demanda está representada por la cantidad de consumidores interesados en los productos turísticos puestos a su disposición por la oferta turística, en este caso en relación al número de turistas que visitan cierto lugar turístico.

Características de la demanda

La demanda de la ANRB se caracteriza por ser:

- Personas que gustan del ecoturismo y que buscan la naturaleza para salir de la rutina y el estrés, huyendo del urbanismo y de la contaminación para buscar espacios amplios.

- Limitado número de personas con deseo de pasar la noche en el área.
- La mayoría de visitantes son familias.
- Los grupos numerosos tienden a pasar la noche en el área.

Demanda histórica

Para el análisis de la demanda histórica, se tomarán como referencia los visitantes nacionales y extranjeros que ingresaron al Área Nacional de Recreación El Boliche durante los años 2000 al 2009.

Tabla 5.1. Serie histórica de la visita turística al ANRB

Año	Nacionales		Extranjeros		Total
	Número	%	Número	%	100%
2000	8.266	98,5	123	1,5	8.386
2001	13.364	99,0	131	1,0	13.495
2002	25.200	98,8	292	1,2	25.492
2003	19.156	98,7	250	1,3	19.406
2004	12.319	98,2	224	1,8	12.543
2005	20.595	98,6	291	1,4	20.886
2006	17.465	98,8	204	1,2	17.669
2007	11.629	96,1	475	3,9	12.104
2008	8.622	97,5	217	2,5	8.839
2009	8.124	98,8	129	1,2	8.253

Fuente: Ministerio del Medio Ambiente

Gráfico 5.1. Gráfica histórica de visitantes



La cercanía entre el ANRB y el Parque Nacional Cotopaxi ha causado que exista un bajo ingreso de visitantes al Área, en especial extranjeros, ya que estos tienen preferencia por ir al Cotopaxi y esto se refleja en el decremento de visitantes que llegan a El Boliche.

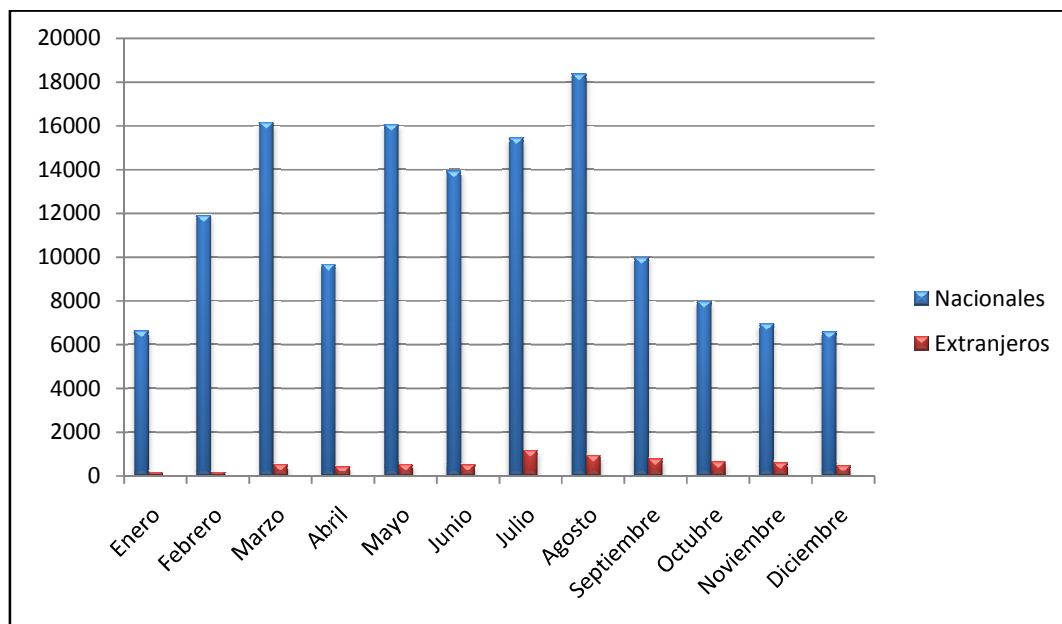
Como se puede observar en la Tabla 5.2, los visitantes del Área son en su mayoría nacionales en un promedio aproximado del 98,8% frente al 1,5% de extranjeros, durante los últimos 10 años; en el año 2002 el ingreso de visitantes fue de 25.492 turistas, entre nacionales y extranjeros, mientras que en el 2009 el ingreso fue de 8.253, lo cual representa una disminución drástica de las visitas al Área.

Tabla 5.2. Total visitas nacionales y extranjeros al Área Nacional de Recreación El Boliche por meses, 2000-2009

Meses	Nacionales	Extranjeros	Total
Enero	6626	159	6785
Febrero	11885	165	12050
Marzo	16139	518	16657
Abril	9659	407	10066
Mayo	16048	525	16573
Junio	13919	504	14423
Julio	15441	1160	16601
Agosto	18358	937	19295
Septiembre	9976	777	10753
Octubre	7966	643	8609
Noviembre	6947	596	7543
Diciembre	6579	459	7038
Total	139543	6850	146393

Fuente: <http://www.ambiente.gob.ec>

Gráfico 5.2. Total visitas nacionales y extranjeros al Área Nacional de Recreación El Boliche por meses, 2000-2009

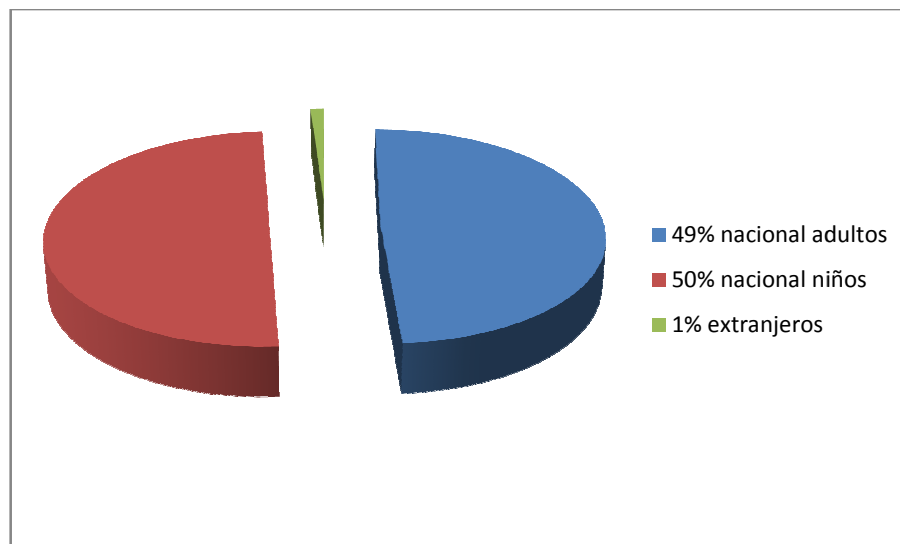


La mayor parte de visitantes nacionales que acuden a El Boliche lo hacen en el mes de agosto, una de las razones puede ser el hecho de que los colegios y escuelas están de vacaciones en la Sierra durante ese mes; en cuanto a turistas extranjeros, el mes de mayor visita es julio. La menor demanda se presenta en el mes de enero, tanto para turistas nacionales como para extranjeros.

Demanda actual

La demanda actual que maneja el Área Nacional de Recreación El Boliche corresponde al ingreso de niños y adultos nacionales, y a un pequeño porcentaje de ingreso de visitantes de otras nacionalidades.

Gráfico 5.3. Porcentaje de participación por tipo de turistas en ANRB



Fuente: Ministerio del Ambiente (MAE).

En el gráfico se puede observar que actualmente el Área atiende básicamente al turismo interno que representa el 99% de los visitantes y cuyo ingresos indica que El Boliche es mayoritariamente un destino familiar y escolar ya que el 50% de los visitantes son niños.

Proyección de la demanda

El principal segmento que tiene El Boliche es el mercado nacional el cual corresponde al 99% del total de los visitantes que llegan al Área.

Demanda proyectada

$$Y_c = a + bx$$

$$a = \frac{\sum Y}{N}$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

Tabla 5.3. Proyección de la demanda

Años	Demanda Y	X	X*Y	X²	Y²
2005	20886	-2	-41772	4	436224996
2006	17669	-1	-17669	1	312193561
2007	12104	0	0	0	146506816
2008	8839	1	8839	1	78127921
2009	8253	2	16506	4	68112009
Total	67751	0	-34096	10	1041165303

$$a = \frac{67751}{5} = 13550,2$$

$$b = \frac{-34096}{10} = -3409,6$$

$$Y_c = 13550,2 + (-3409,6x)$$

Proyectando el 2010:

C=2010

X=3

$$Y_{2010} = 13550,2 + (-3409,6(3))$$

$$Y_{2010} = 3321$$

Proyectando el 2011:

C=2010

X=4

$$Y_{2011} = 13550,2 + (-3409,6(4))$$

$$Y_{2011} = 88$$

La demanda está bajando drásticamente, en el cuadro real nos podemos dar cuenta como desde el año 2005 El boliche recibió a 20886 personas, en el 2009 solo recibió a 8253 personas, es decir se redujo en un 61%, de aquí la importancia de realizar un plan de marketing.

5.4.1.2 Análisis de la oferta

Oferta actual

- **Atractivos**

En cuanto a atractivos turísticos se refiere se destacan las manifestaciones culturales de jerarquía III como son el hato de camélidos y las plantaciones de pinos, de categoría II como la planicie de Zunfana, y otros correspondientes a manifestaciones culturales como son mercado y las fiestas de San Bartolomé de Romerillos.

El posicionamiento turístico que ha tenido El Boliche se ha caracterizado por su imagen de área reforestada con coníferas introducidas, también resalta por la importancia que se le ha dado al manejo de fauna como es el caso actual del hato de camélidos en cautiverio.

- **Facilidades**

En cuanto a facilidades se refiere, la oferta actual de El Boliche cuenta desde el año 1998 con 11 cabañas - refugio, un restaurante muy bien equipado, varias zonas de camping y de picnic que incluyen parrillas, mesas y fogones; también posee un Centro de Interpretación Ambiental el cual se encuentra en muy buenas condiciones, un Museo, así como varias zonas de estacionamiento y esparcimiento para los visitantes.

En general las facilidades e instalaciones para los visitantes se encuentran en buenas condiciones.

Proyección de la oferta

Dado que no hay un parámetro para definir exactamente la oferta, es difícil estimar cuantos visitantes pueden asistir al área ya que la oferta de El Boliche es ilimitada, pueden ingresar sin número de visitantes, no existe un estudio de capacidad de carga turística del área.

Competencia

Algunos de los competidores directos e indirectos que ofrecen productos y servicios similares a los del Área Nacional de Recreación El Boliche son:

- **Competencia indirecta**

Los competidores indirectos son aquellos que satisfacen una misma necesidad con otros productos y servicios.

a) Parque Nacional Cotopaxi, Latacunga.- Ubicado a 71 km al sur de la ciudad de Quito, entre los límites de las provincias de Pichincha, Napo y Cotopaxi. Es el parque más antiguo del país declarado como tal en 1975, con una extensión de 33.400 hectáreas y posee una altura que varía de los 3400 hasta 5897 metros en la cumbre del nevado.

En la parte central del parque se encuentra el Cotopaxi (5.897 msnm), uno de los volcanes más activos y altos del mundo.

El área posee una diversidad de ecosistemas andinos y una fascinante historia volcánica, así como paisajes hermosos y especies únicas.

El Parque Nacional Cotopaxi cuenta con un edificio de administración, un pequeño museo, un refugio para escaladores, y diversas áreas para acampar, como es la laguna de Limpiopungo a 3800 msnm, también se puede realizar diferentes actividades como excursiones a pié ya que dentro del parque se encuentran senderos para recorrer, andinismo, pesca deportiva, también se puede observar la gran variedad de flora y fauna del lugar; además de servicios básicos para los turistas.

Fotografía 5.1. Volcán Cotopaxi



Fuente: la Autora.

Fotografía 5.2. Parque Nacional Cotopaxi



Fuente: <http://www.gstalliance.net>

Fotografía 5.3. Alpaca



Fuente: <http://www.gstalliance.net>

- b) Reserva Ecológica los Ilinizas.-** Se ubica en las provincias de Cotopaxi y Pichincha, fue creada el 2 de diciembre de 1996, con una superficie de 149.900 hectáreas, localizadas entre los 800 y 5.265
- c)** msnm.

La Reserva Ecológica Los Ilinizas posee atractivos de gran belleza e importancia, al interior se puede apreciar la majestuosidad de los Ilinizas, el Corazón y el Cerro Azul, las cumbres más importantes para el disfrute de los turistas y amantes de la naturaleza, el andinismo y las aventuras de alta montaña.

En el sector sur se encuentra la comunidad de Zumbahua, donde el mercado indígena es el principal atractivo. A poca distancia, el volcán Quilotoa posee en su interior una laguna de agua salada hasta cuyas orillas se desciende por el mismo cráter.

Fotografía 5.4. Los Ilinizas



Fuente: la Autora.

Fotografía 5.5. Rafting



Fuente: <http://www.google.com.ec>

d) Reserva Ecológica Antisana.- La Reserva Ecológica Antisana está ubicada entre las provincias de Pichincha y Napo, tiene una superficie de 120.000 hectáreas y está situada entre los 1.400 y 5.700 msnm. Lleva el nombre del volcán Antisana cubierto de nieves perpetuas y bosques andinos, lagunas y ríos en sus alrededores y, en el sector oriental, vegetación en la llanura amazónica que también la integra.

Los principales atractivos naturales de interés turístico de esta área protegida son:

1. Flujos de lava de Antisanilla.
2. Las lagunas de Secas.
3. Barrancos, que son formaciones donde anida y reposa nuestro cóndor de los Andes.
4. Las lagunas donde se puede practicar la pesca deportiva.
5. La laguna Muerte Pungua.

6. Valle del Tambo que se extiende hacia el noroccidente, y llega cerca al límite de la Reserva Ecológica Cayambe - Coca.
7. La cordillera de Guacamayos.
8. Las Cuevas de Jumandi.
9. El Bosque Protector Sierra Azul, de propiedad privada.

Fotografía 5.6. Nevado Antisana



Fuente: <http://www.ecuador.pordescubrir.com>

- **Competencia directa**

La competencia directa son los que ofrecen los mismos productos y servicios.

En este caso la competencia directa de El Boliche sería el Refugio de Vida Silvestre Pasochoa ya que ofrece un servicio con similares características.

Refugio de Vida Silvestre Pasochoa

Se encuentra ubicado en el sur - este de la Hoya de Guayllabamba, con una extensión de 500 hectáreas, contiene uno de los últimos reductos de bosque andino de la Sierra ecuatoriana.

La Fundación Natura tiene la responsabilidad del manejo, protección y administración del Refugio de Vida Silvestre Pasochoa, Natura ha invertido en mejoramiento de las vías de acceso, construcción de infraestructura, contratación y entrenamiento del personal y en otras áreas fundamentalmente para facilitar el uso del público.

Se han podido identificar más de 132 aves residentes en la zona, muchas de las cuales ya no existen en otras partes de la Hoya de Guayllabamba. Además, los estudios botánicos han permitido conocer e identificar a numerosas plantas con usos medicinales tradicionales, que forman parte de una cultura nativa un tanto pérdida en estos días.

En la actualidad el Pasochoa es un área protegida modelo, basada en el autofinanciamiento y destinada a elevar el nivel de conciencia ambiental de la población. Pretende ser modelo para el desarrollo y manejo de otras áreas similares e inspiración para quienes creemos firmemente en la importancia del medio que nos rodea.

Facilidades de estadía y campamento

Existe una zona destinada para camping en la que no existe conexión eléctrica.

El Área de camping esta usualmente ocupada los días feriados y fines de semana. Tiene servicios higiénicos con agua corriente.

El costo para nacionales es de 50 ctvs. de dólar y para extranjeros de 3.00 dólares por noche.

Fotografía 5.7. Refugio de Vida Silvestre Pasochoa



Fuente: <http://www.galapagos-reise.com>

5.4.2 Análisis FODA

Tabla 5.4. Matriz FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Las vías de acceso se encuentran en buenas condiciones. • El Boliche se encuentra a 3 km de la Panamericana Sur. • Cuenta con infraestructura en buenas condiciones, con cabañas de cemento en su mayoría y unas pocas rústicas muy bien equipadas, áreas de picnic, camping, zonas de parqueo, senderos, restaurante, centro de interpretación, museo etc. • Buena señalización. • Posee variedad de actividades a realizar con relación a su tamaño. 	<ul style="list-style-type: none"> • El tren da la oportunidad de atraer un mayor número de turistas. • Recibe apoyo gubernamental, lo que puede ser provechoso en la implementación de nuevas instalaciones. • Su cercanía a atractivos de importancia como El Cotopaxi, Ilinizas, etc. Dan la oportunidad de atraer turistas al área. • Creciente interés mundial por la conservación. • El Ministerio de Turismo está preocupado por impulsar el turismo en el Área.

<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buen ambiente para el sano esparcimiento. • Buena oportunidad para estar en contacto con la naturaleza. • La estación del tren se encuentra dentro del área. • Es un atractivo accesible económicamente. • Genera fuentes de trabajo para las comunidades aledañas, ya que éstas participan activamente en las actividades del Área (restaurante, guianza, mano de obra, etc.). • Cobertura de telefonía móvil. • Presencia de recursos hídricos. 	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alianza entre el Ministerio del Ambiente y la Comunidad de Romerillos para impulsar el turismo dentro del Área
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de promoción. • Falta de información turística. • Falta de variedad en la alimentación. • Falta de guías. • Falta de control al ingreso de visitantes. • Falta de personal capacitado. • Falta de capacitación al personal. • Señalética deficiente. • No hay red telefónica convencional e internet. • No hay mantenimiento de infraestructura, senderos. • No hay alcantarillado. 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los costos elevados del pasaje en auto ferro representan una amenaza ya que la mayoría de visitantes gusta de ir a El Boliche en tren. • La creciente actividad de cacería en la zona representa una amenaza a la fauna del área. • El paso del oleoducto representa una amenaza ya que en cualquier momento puede existir un derrame de crudo y causar un gran impacto ambiental. • Ingreso de visitantes sin conciencia ecológica. • El Parque Nacional Cotopaxi es más atractivo. • Disminución del agua por factores climáticos.

5.4.2.1 Fortalezas

- Las vías de acceso se encuentran en buenas condiciones.
- El Boliche se encuentra ubicado a escasos metros de la Panamericana Sur.
- Cuenta con infraestructura en buenas condiciones.
- Crea fuentes de trabajo para las comunidades aledañas.
- Cuenta con buena señalización.
- Posee variedad de actividades a realizar con relación a su tamaño.
- La estación del tren se encuentra dentro del ANRB.
- Buen ambiente para sano esparcimiento familiar.
- Buena oportunidad para estar en contacto con la naturaleza.
- Es un atractivo turístico accesible económicamente.

5.4.2.2 Debilidades

- Falta de promoción.
- Falta de información turística.
- Falta de variedad en la alimentación.
- Falta de guías turísticos.

- Falta de control al ingreso de turistas.
- Falta de capacitación del personal.

5.4.2.3 Oportunidades

- El tren da la oportunidad de atraer un mayor número de turistas.
- Su cercanía con atractivos de importancia como El Cotopaxi, Ilinizas, Laguna de Limpiopungo, etc. dan la oportunidad de atraer turistas al Área.
- Recibe apoyo gubernamental, lo que puede ser provechoso en la implementación de nuevas instalaciones.
- Creciente interés mundial por la conservación.
- El Ministerio de Turismo está preocupado por impulsar la actividad turística del Área.
- Alianza entre el Ministerio de Turismo y la Comunidad de Romerillos para impulsar el turismo dentro del Área.

5.4.2.4 Amenazas

- Costo elevado del pasaje en auto ferro oneroso para grupos familiares.
- La creciente actividad de cacería en la zona representa una amenaza a la fauna del Área.

- El paso del oleoducto representa una amenaza ya que en cualquier momento puede existir un derrame de crudo y causar un gran impacto ambiental.
- Falta de políticas nacionales en turismo.

5.5 Mercado meta

El mercado meta del Área Nacional de Recreación El Boliche está dirigido a hombres y mujeres de todo estrato social, ya sean estos nacionales o extranjeros, de todas las edades que busquen un lugar de sano esparcimiento y que deseen estar en contacto con la naturaleza.

5.6 Posicionamiento

“La posición del producto es el modo en que el producto es definido por los consumidores respecto a atributos importantes: el lugar que el producto ocupa en la mente del consumidor respecto a productos de la competencia.”²⁰

El Boliche mediante este plan de marketing pretende posicionarse como un destino turístico de gran afluencia donde el turista experimente la emoción de sentir el contacto con la naturaleza, observando los paisajes que le rodean.

²⁰ KOTLER, Philip et. al.; Marketing para turismo, Tercera edición; p. 179

5.7 Estrategia genérica

En este plan de marketing se va a utilizar la estrategia genérica de la diferenciación ya que se va a hacer valer las fortalezas para crear un producto diferenciado con la competencia.

Mediante la estrategia genérica de diferenciación tenemos los siguientes productos:

- Característica física única.
- Producto único con relación a su tamaño.
- Marca patentada en la mente de los turistas.
- Publicidad y promoción a gran escala.
- Precios diferenciados, políticas de descuentos u ofertas.
- Seguridad.
- Relaciones publicas acordes a las necesidades por parte de los empleados.
- Medio ambiente, cuidado por parte de las autoridades, empleados y turistas.
- Venta efectiva del producto.
- Canales de promoción.
- Disponibilidad de espacio y servicio los 365 días del año.

- Incluir y mejorar todos los servicios con los que debe contar el Área.

Características de El Boliche:

- El Boliche es un área que está rodeada casi en su totalidad por pinos y cipreses lo que la hace un lugar diferente ya que esta planta no es propia de este lugar.
- Es un área a la que se puede llegar en tren.
- Cuenta con infraestructura física en buenas condiciones.
- Al ser esta un área relativamente pequeña resulta ser muy atractiva para las familias que gustan del camping y disfrutar junto a la naturaleza.
- Por su cercanía a la ciudad ofrece una opción diferente de esparcimiento fuera de las actividades cotidianas de la vida diaria.
- Al ser un área de fácil acceso puede ser recorrida por personas de cualquier edad.

5.8 Estrategia de la mezcla de marketing

5.8.1 Estrategia de producto

Las estrategias de producto están encaminadas a mejorar lo que actualmente se tiene, es decir el producto "Área Nacional de Recreación El Boliche", mejorando los atractivos, infraestructura, talento humano y servicios con los que cuenta actualmente para así lograr brindar un servicio de calidad en

comparación a los competidores satisfaciendo las necesidades y expectativas de los turistas.

5.8.1.1 Elaborar el plan de desarrollo turístico del ANRB

Descripción

El plan de desarrollo turístico del ANRB tendrá como objetivo promover, atraer y promocionar el turismo nacional e internacional a El Boliche, con conciencia ecológica y de protección ambiental.

El plan se enfocará en los siguientes puntos:

- Diagnostico económico – social.
- Planteamiento de objetivos estratégicos.
- Análisis situacional del sector turístico.
- Análisis del potencial turístico del Área.
- Elaboración del estudio de mercado.
- Preparación de programas y proyectos cuyo diseño e implementación se considera especialmente importante para alcanzar los objetivos estratégicos de este plan.

Actores

El actor principal es la comunidad de Romerillos con apoyo del Ministerio del Ambiente, y del Gobierno. Otros actores que intervienen, es el sector privado

como las empresas de transporte, agencias de viajes, hoteles y lugares de alojamiento y otros medios que puedan ayudar a incrementar el turismo.

Alcance

El alcance de este plan es a nivel local y nacional; local ya que se implementará en el ANRB y nacional por que se querrá atraer el turismo de otras partes.

5.8.1.2 Completar el inventario de atractivos turísticos

Descripción

Sirve para elaborar los productos turísticos y mantener actualizado el inventario de los mismos sean estos naturales o culturales; y de esta forma tener la información a disposición de quien la solicita.

De esta forma se puede jerarquizar, valorar y conocer los atractivos turísticos del área, una idea sería la elaboración de fichas turísticas de campo en las cuales se registrará las diferentes generalidades, accesibilidad, senderos, especies de flora y fauna, entre otras inquietudes de los turistas.

Para lograr un correcto inventario se deberá tomar en cuenta las características, potencial, entorno y conservación de cada atractivo turístico.

Actores

El principal actor es el Ministerio del Ambiente con sus funcionarios responsables del área.

Alcance

El alcance es local ya que se realizará dentro del área.

5.8.1.3 Elaborar una normativa de actividades turísticas

Descripción

En la actualidad las leyes ecuatorianas sancionan a las personas que atenten contra la flora y fauna existente en las diferentes áreas protegidas presentes en el país pero sería bueno implementar sanciones o infracciones que garanticen la subsistencia y conservación de El Boliche como por ejemplo:

- Prohibir el ingreso a personas que atenten con la seguridad del área.
- Implementar sanciones económicas.
- Prohibir el ingreso de objetos que puedan atentar contra la flora y fauna del lugar.

Actores

- Ministerio del Ambiente.
- Ministerio de Turismo.
- Personal administrativo de El Boliche.
- Agencias de viajes.

- Embajadas, consulados; lugares en general que promocionen el Área.

Alcance

El alcance es local ya que esta normativa regirá dentro del Área Nacional de Recreación El Boliche.

5.8.1.4 Categorización de los atractivos turísticos

Descripción

Se da para actualizar y verificar todos los atractivos turísticos con los que cuenta El Boliche, tiene por objetivo contar con datos actualizados, facilitando el control de todos los bienes además de categorizar los bienes de acuerdo a la ordenanza y manuales de proceso del Ministerio de Turismo y del Ambiente, para esto se deberá realizar lo siguiente:

- Elaborar fichas de cada atractivo turístico.
- Elaborar cuadros de visitas programadas.
- Realizar entrevistas con los directivos del Área.
- Verificar que los datos entregados por los directivos sean los correctos.
- Llenar fichas de control y registro diarios, semanales, mensuales y anuales del Área.

Actores

La actualización deberá estar a cargo del Jefe del Área Nacional de Recreación El Boliche con la colaboración del Ministerio del Ambiente y de la comunidad de Romerillo.

Alcance

El alcance es local ya que la categorización y actualización de los datos será dentro de El Boliche.

5.8.1.5 Capacitaciones a los prestadores de servicios para mejorar el aspecto de las relaciones públicas y el trato al cliente

Descripción

Las capacitaciones son formas o métodos que se usan frecuentemente en estos días para mejorar los servicios y habilidades que necesitan las personas para realizar un trabajo, esto incluye cursos que permitan entender la importancia del trato al cliente, relaciones públicas e incluso de superación personal. Este proceso lleva al mejoramiento de un lugar pero para el mismo se necesita contar con recursos como:

- **Materiales.-** Útiles necesarios para realizar un trabajo.
- **Económicos.-** Necesario para la contratación de capacitadores.
- **Humano.-** Personal suficiente para la atención al público.

Actores

Ministerio del Ambiente es quien deberá proporcionar los recursos al área.

Alcance

El alcance es local ya que las capacitaciones serán para el personal del Área Nacional de Recreación El Boliche.

5.8.1.6 Elaboración de material de información turística del ANRB

Descripción

Una vez realizada la categorización de los atractivos turísticos se podrá crear un manual con lo que cuenta El Boliche para de esta forma crear trípticos.

Actores

El Ministerio del Ambiente deberá ser el encargado de crear los trípticos para distribuirlos en:

- Agencias de viajes.
- Transporte aéreo y terrestre
- Hoteles, hostales, hosterías y demás centros de alojamiento.
- Bares y restaurantes.

Alcance

El alcance es nacional ya que se buscará todos los lugares visitados por los turistas.

5.8.1.7 Implementación de un programa de capacitación ecoturística y ambiental

Descripción

Tiene como fin crear conciencia sobre la importancia de contribuir con el desarrollo del turismo, sin que el mismo cause impactos negativos en la flora y fauna del Área, satisfaciendo las necesidades y expectativas de los turistas pero a la vez protegiendo el futuro natural, económico y estético del lugar.

El proceso ecológico, la diversidad biológica y el soporte de la vida deben estar dirigidos hacia la conciencia de cada persona que visite el Área, esta capacitación debe tratar temas como conservación y manejo de recursos naturales y culturales sabiendo la importancia de la conservación de los mismos.

Actores

La capacitación deberá ser realizada por el Ministerio del Ambiente dirigido a los trabajadores de El Área y las personas que conforman la comunidad de Romerillos; y estos a su vez a cada hombre, mujer o niño que visite el Área.

Alcance

El alcance es local ya que las capacitaciones serán dirigidas a las personas que se encuentran dentro de El Boliche.

5.8.1.8 Creación de la marca ANRB, para diferenciarla de otros productos con similares características

Descripción

El objetivo de crear la marca ANRB es para poder diferenciarla de otros lugares con similares características, con un nombre único e inconfundible.

Para crear una marca se debe de establecer un nombre o fono tipo, que es la parte que se puede pronunciar, es decir una palabra o grupo de palabras que identifican un producto de sus competidores en este caso ANRB (Área Nacional de Recreación El Boliche).

Eslogan.- Es un lema publicitario (anglicismo de slogan: lema) es una frase usada en un contexto comercial o político (en el caso de la propaganda) como expresión repetitiva de una idea o de un propósito publicitario para resumirlo y representarlo en un dicho.²¹

En el caso de El Boliche el eslogan que se ha creado tiene que ver básicamente con el Área y por la que la identifican y se la relaciona:

"El Boliche, la única área ubicada en las faldas del volcán Cotopaxi y a la que se puede llegar en tren."

El eslogan está basado en lo primero que se le viene a la cabeza a la gente cuando piensa en El Boliche, como son: el bosque de pinos, que es una de las características principales que posee este lugar, y el tren, que tiene una estación justo en frente del Área, lo cual resulta ser muy atractivo para la mayoría de las personas que la visitan ya que prefieren ir en tren o auto ferro.

²¹ <http://es.wikipedia.org/>

También se debe rediseñar el logotipo existente para que esté acorde con el mercado meta y transmita claramente las características de El Boliche.

Logotipo.- En este caso, el logotipo de El Boliche es un bosque de pinos que es lo que identifica al Área, el volcán Cotopaxi que les atrae mucho a los visitantes en especial a los extranjeros y al cual también se puede acceder por el Área, y el tren ya que visitar El Boliche en tren es una experiencia inolvidable para el visitante y totalmente diferente de ir en automóvil.

Conjuntamente con el logotipo casi siempre se pone un isotipo que es la representación gráfica del objeto, es el caso del ANRB puede ser el tren o una gráfica de algún sendero, animal o planta representativo de El Boliche.

Por último se debe tomar en cuenta la gama cromática y el diseño gráfico, el primero es el empleo y distribución de los colores, que debe ser agradable a la vista, en la actualidad existe la cromoterapia, que se encarga de estudiar su importancia, significado, expresión e incluso cual es más o menos receptivo; el segundo en cambio estudia el grafismo, es decir los dibujos e ilustraciones no pronunciables pero que forman parte de la ilustración visual de la marca.

Todos estos son los pasos que se necesitan saber y entender para la creación de la marca.

Finalmente se vería así:



El Boliche, la única área ubicada en las faldas del volcán Cotopaxi y a la que se puede llegar en tren

Actores

Los actores deberán ser los siguientes:

- Ministerio del Ambiente.- Encargado del ANRB.
- Comunidad de Romerillo.- El ANRB les pertenece y por tanto deberán sentirse identificados con la misma.
- Diseñador o empresa de diseño gráfico, ellos poseen los conocimientos para la creación de la marca.

Alcance

El alcance deberá ser nacional e internacional para atraer turismo de todas partes del mundo.

5.8.2 Estrategia de plaza o distribución

Lo interesante de una estrategia es que tenga un fin, en este caso el mismo es lograr que el servicio esté disponible para el consumidor es decir conducirlo hacia el mismo creando una necesidad.

5.8.2.1 Diseño de circuito turístico hacia el ANRB

Descripción

Una vez reconocido el lugar se pueden crear circuitos, se podrá visualizar los atractivos, diseño y la promoción de los lugares turísticos dentro del ANRB, esto ayudará a proponer trayectos que puedan visitar los turistas con un tiempo determinado.

Para lograr esto se debe tener un conocimiento amplio sobre el lugar geográfico del área, de la flora y fauna y contar con guías que conozcan lo anterior descrito.

Actores

Los actores serán los siguientes:

- **Ministerio del Ambiente.-** Encargado de saber todo del Área, y capacitar a los demás.
- **Comunidad de Romerillo.-** Pueden servir de guías nativos.
- **Universidades.-** Estudiantes de turismo podrán servir de guías en castellano y otros idiomas.

Alcance

Local para la comunidad, nacional e internacional, ya que los circuitos deben ser conocidos por todos

5.8.2.2 Establecer alianzas estratégicas

- **Alianzas con agencias de viajes**

Descripción

Se deberá realizar alianzas estratégicas entre el ANRB y las Agencias de Viajes con el fin de que estas últimas promocionen El Boliche tanto a turistas nacionales como internacionales.

Actores

Los actores básicos son los siguientes:

- Ministerio del Ambiente.
- Dirección del ANRB.
- Agencias de viajes.

Alcance

El alcance es a nivel nacional ya que las agencias de viajes están ubicadas dentro del país.

- **Alianzas con compañías de transporte aéreo y terrestre**

Descripción

El fin principal de esta alianza es lograr que las compañías de transporte distribuyan una guía turística del ANRB a sus pasajeros e incluso establecer una publicidad en los vehículos y porque no en aviones, esta publicidad es muy utilizada en estos días por su bajo costo.

Actores

Los actores son los siguientes:

- Ministerio del Ambiente.
- Dirección del ANRB.
- Compañías de transporte aéreo.
- Compañías de transporte terrestre.

Alcance

El alcance es nacional e internacional, nacional ya que las compañías de transportes terrestres y aéreos utilizaran la promoción dentro de nuestro territorio e internacional ya que muchas compañías de transporte aéreo principalmente tienen rutas internacionales.

- **Alianzas con universidades**

Descripción

El fin de esta alianza es que las universidades realicen giras académicas para conocer el ANRB y que puedan enviar estudiantes a realizar prácticas o pasantías.

Actores

Los actores son los siguientes:

- Ministerio del Ambiente.
- Dirección del ANRB.
- Universidades.
- Estudiantes de la carrera de turismo.

Alcance

El alcance es nacional ya que la alianza deberá hacerse con universidades que estén ubicadas en muchas ciudades del país.

- **Alianzas con lugares de alojamiento**

Descripción

Se deberá utilizar esta alianza con el fin de que los lugares de alojamientos como Hoteles, hosterías, hostales, entre otros distribuyan artículos publicitarios como hojas volantes y trípticos a sus visitantes sobre el ANRB.

Actores

Los actores serán los siguientes:

- Ministerio del Ambiente.
- Dirección del ANRB.
- Representantes de los lugares de alojamiento.

Alcance

El alcance es a nivel nacional, ya que se deberá tener este convenio o alianza estratégica con representantes de lugares de alojamiento de las cuatro regiones del país.

5.8.3 Estrategia de promoción

5.8.3.1 Implementación de la señalización turística

Descripción

La señalización es imprescindible para el crecimiento de un lugar turístico, ya que en muchos casos se ha escuchado hablar de un lugar pero no se sabe cómo llegar al mismo.

En el Ecuador en la actualidad existe un manual de señalización turística para estandarizar criterios para la utilización de símbolos, que ayudan a facilitar el acceso a sitios turísticos.

Para la señalización se utilizan los siguientes símbolos:

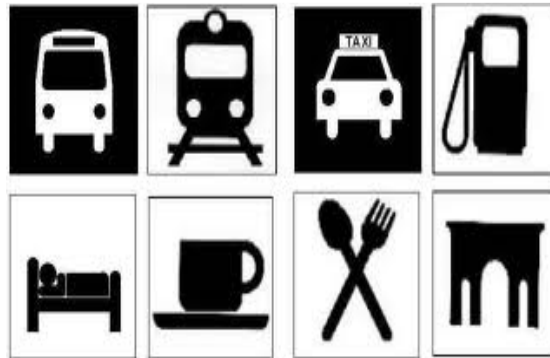
- **Pictogramas.**- Representación gráfica de actividades.

Gráfico 5.4. Ejemplo de pictograma



Fuente: <http://www.grafikas.es>

Gráfico 5.5. Ejemplo de pictograma



Fuente: <http://www.grafikas.es>

- **Vallas.-** Llevan carteles publicitarios en su interior, en el ámbito turístico indican cómo salir o entrar a algún lado o da una alerta como por ejemplo: bienvenido, gracias por su visita, distancias, entre otros.
- **Tótems.-** Son letreros publicitarios iluminados o no. Y según su ubicación pueden tener pocos o muchos pictogramas, acompañados por flechas direccionales.

5.8.3.2 Plan de medios

Descripción

El plan de medios es la distribución de mensajes publicitarios en un tiempo determinado, por lo cual se deberá nombrar cada uno de los medios que se va a utilizar para la promoción y difusión del ANRB y el costo de cada uno de estos.

Antes que nada se deberá realizar la evaluación de medios, para jerarquizar los medios de mayor impacto en el turismo nacional e internacional, fijándose en las ventajas y limitaciones que ofrece cada uno y comparándolos

con diversos factores como por ejemplo: el precio y tiempo de penetración en la mente de los turistas.

Tabla 5.5. Plan de medios

Medios	Ventajas	Limitaciones
Radio	Alta demanda de oyentes, se tendría fácil acceso a muchas zonas geográficas del país, bajo costo.	No hay exposición visual de lo que cuenta el ANRB.
TV	Bastante nivel de atención por los telespectadores, gran cobertura a muchas zonas geográficas del país, combina audio, video y movimiento por lo que es atractivo para los sentidos.	Costo muy alto.
Medios escritos	Buena cobertura en el mercado local, amplia aceptación, imágenes de los atractivos turísticos, perdurabilidad, llega a todas partes del país, bajos costos.	Mediana credibilidad, transcurre mucho tiempo entre adquisición del espacio publicitario y la publicación.
Internet	Selección de la audiencia, no existe hora fecha ni día establecido para la publicidad, personalización, crear grupos del ANRB, bajos costos.	Se necesita el permiso de acceso, imagen negativa de correo basura.
Embajadas y consulados	Dar a conocer el ANRB a nivel Internacional a personas que los visiten, bajo costo.	Poca promoción a nivel país.
Ferias internacionales	Dar a conocer el ANRB, conocer cómo se maneja el turismo en otras partes, sacar un FODA a nivel internacional para promocionar las fortalezas y oportunidades.	Presupuesto inexistente para este tipo de eventos por parte del Gobierno Nacional.

Medios	Ventajas	Limitaciones
Lugares de hospedaje	Captar el turismo Internacional, dar a conocer el ANRB a personas nacionales que se encuentren de viaje, bajo costo.	Poca disposición de lectura por parte de los huéspedes, control del buen uso del material publicitario.
Compañías de Transporte	Bajo costo, captar el turismo nacional en su mayoría, acceso a muchos destinos geográficos del país.	Control del buen uso del material publicitario.
Universidades	Dar a conocer del ANRB a los futuros profesionales del Turismo, atraer el turismo nacional, lograr tener guías, costos bajos.	Atraer a las universidades. Especialmente de lugares lejanos al ANRB.

Estos son los medios tentativos para trabajar en lo que es la promoción y difusión del Área Nacional de Recreación El Boliche.

Un plan de medios ayuda a promocionar el ANRB y además a otras acciones como promocionar el Ecuador en especial a la comunidad de Romerillo a quien le pertenece el Área.

Actores

Los actores son los siguientes:

- **Ministerio del Ambiente.-** Encargado del Área y financia el plan.
- **Ministerio de Turismo.-** Atrae a los turistas nacionales e internacionales.
- **Ministerio de Relaciones Exteriores.-** Promoción en embajadas y consulados.

- **Dirección del ANRB.-** Quien dirige El Boliche.
- Medios seleccionados para atraer el turismo.

Alcance

El alcance es nacional e internacional, ya que se pretende promocionar de forma amplia al Área Nacional de Recreación el Boliche.

5.9 Presupuesto para el plan

Tabla 5.6. Presupuesto del plan de marketing

Estrategia	Costo aproximado
Elaborar el plan de desarrollo turístico	2000
Completar el inventario de atractivos turísticos	500
Elaborar una normativa de actividades turísticas	500
Categorización de los atractivos turísticos	500
Capacitaciones a los prestadores de servicios para mejorar el aspecto de las relaciones públicas	1000
Elaboración de material de información turística	2000
Implementación de un programa de capacitación ecoturística y ambiental	1000
Creación de la marca ANRB	5000
Diseños de circuitos turísticos hacia el ANRB	8000
Alianzas estratégicas	5000
Vallas	2000
Pictogramas	1500
Plan de medios	12000
Total aproximado	\$41.000

Esta es una proyección anual, el mayor costo es el de plan de medios, se estima un valor de \$3000 mensuales, al comienzo será un costo elevado con beneficios a futuro.

Las posibles fuentes de financiamiento son las siguientes:

- Ministerio del Ambiente
- Ministerio de Turismo
- Empresas privadas.- Podría financiar buena parte del plan del plan, mediante un intercambio de publicidad, es decir publicidad expuesta de ellos en El Boliche o en los volantes de promoción, e incluso empresas que tienen un gran sentido de conciencia ambiental.

5.10 Propuesta de reorganización y reestructuración del Área

El Área en esta propuesta tendría una Jefatura General del Área, y tres jefaturas de apoyo, estas son: Financiera; de Marketing; y de Recursos Humanos.

5.10.1 Jefatura General del Área

El Jefe del Área debe obrar de buena fe, con la lealtad y diligencia de un buen administrador.

El Jefe de Área debe de tener cuatro elementos principales para un adecuado desempeño que son:

- **Planificación.-** El primer paso que debe cumplir el Jefe de Área para un adecuado desempeño, el cual se da una vez que los objetivos han sido determinados.

- **Organización.-** Para poder llevar a la práctica y ejecutar los planes, el Jefe de Área deberá organizar el trabajo de acuerdo a períodos en las diferentes jefaturas, es necesario crear una organización eficaz.
- **Dirección.-** Es la tercera función del Jefe de Área una vez que los planes, objetivos y metas hayan sido panificados y organizados.
- **Control.-** El propósito del control es medir lo planificado cualitativamente y cuantitativamente.

Figura 5.1. Organigrama estructural de la Jefatura General del Área

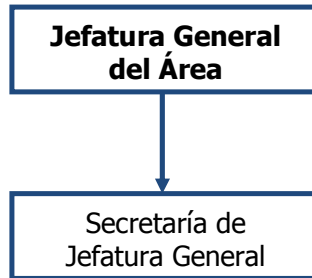
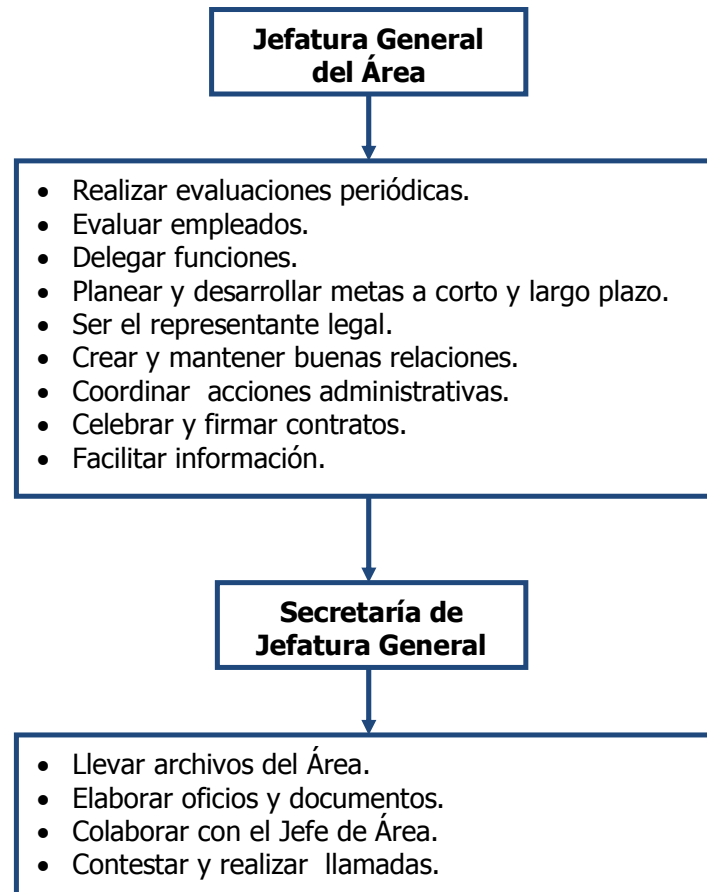


Tabla 5.7. Organigrama por posición de la Jefatura General del Área

Jefatura General del Área	2
Jefe del Área	1
Secretaria	1

Figura 5.2. Organigrama funcional de la Jefatura General del Área



5.10.2 Jefatura Financiera

La Jefatura Financiera, a través de una óptima asignación de fondos, contribuye al fortalecimiento, vitalidad y crecimiento del Área.

Los resultados esperados con respecto a la Jefatura Financiera son los siguientes:

- Maximización de recursos.
- Recuperación rápida de la inversión (esta no depende solo de la Jefatura Financiera).

- Es importante resaltar que todo el esfuerzo desarrollado por la Jefatura Financiera debe tender hacia un fin, asegurarse que los recursos son obtenidos y utilizados en forma efectiva.

Las principales funciones de la Jefatura Financiera son:

- Adquisición de fondos.
- Utilización de los fondos.
- Determinar el flujo de caja.
- Elaboración del presupuesto anualmente.
- Análisis financieros.

Figura 5.3. Organigrama estructural de la Jefatura Financiera

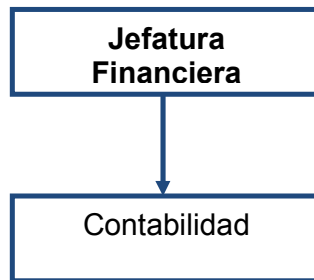
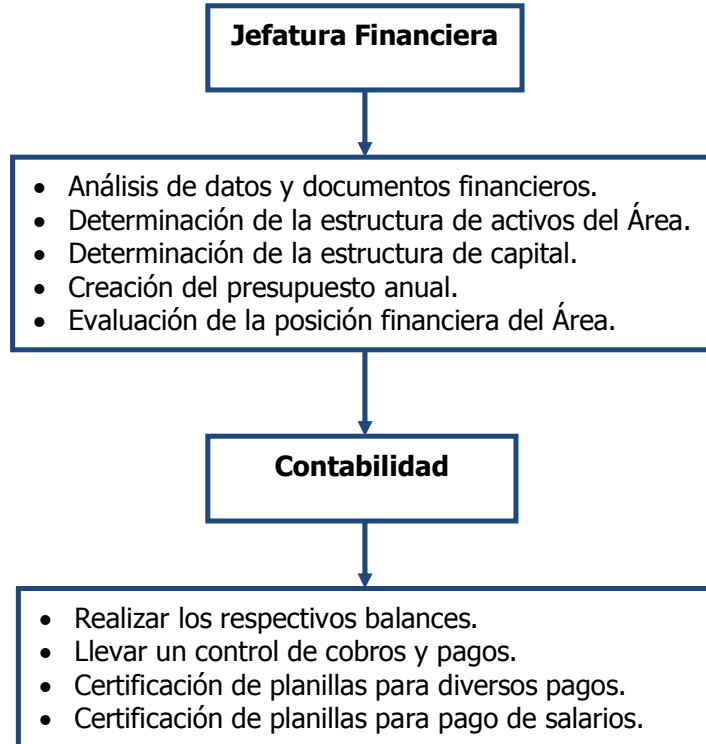


Tabla 5.8. Organigrama por posición de la Jefatura Financiera

Jefatura Financiera	2
Jefe Financiero	1
Contador	1

Figura 5.4. Organigrama funcional de la Jefatura Financiera



5.10.3 Jefatura de Marketing

La Jefatura de Marketing dentro, del campo de acción, se dirige hacia las actividades de marketing (estudio de mercados, promoción, comercialización, entre otras)

La Jefatura de Marketing debe pensar siempre en los turistas, buscar nuevos clientes y abriendo nuevos horizontes para asegurar un futuro prometedor para el ANRB.

Esta Jefatura tendrá que desarrollar las siguientes actividades:

- Conocer el producto y la actividad del Área.
- Conocer el mercado.

- Investigar el mercado.
- Aplicar técnicas de marketing.
- Análisis de la competencia.
- Estudiar los puntos débiles y fuertes de El Boliche.

Dentro del proceso de comercialización se encuentran dos tipos de variables:

- Variables controlables.
- Variables no controlables.

Variables controlables

Las variables controlables por parte del Área, que intervienen en el proceso de comercialización son:

- Producto.
- Precio.
- Plaza.
- Promoción.

Variables no controlables

Son factores externos, es decir fuera del control del Área, algunos de los más importantes son:

- Lo social.
- Lo cultural.
- Lo legal.
- El ambiente político.
- El ambiente económico.
- La competencia.

Figura 5.5. Organigrama estructural de la Jefatura de Marketing

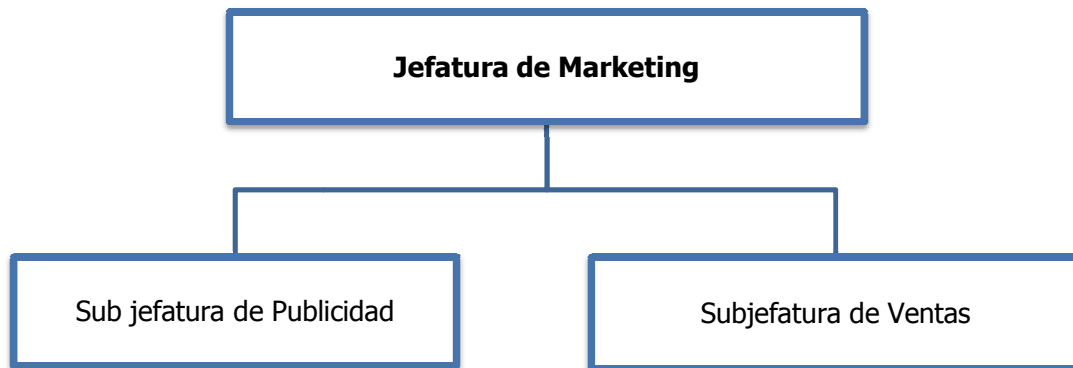


Tabla 5.9. Organigrama por posición de la Jefatura de Marketing

Jefatura de Marketing	3
Jefe de Marketing	1
Subjefe de Publicidad	1
Subjefe de Ventas	1

Figura 5.6. Organigrama funcional de la Jefatura de Marketing



5.10.4 Jefatura de Recursos Humanos

La Jefatura de Recursos Humanos debe desarrollar acciones orientadas a planificar y administrar la asignación del personal del Área para cubrir los puestos de trabajo y funciones, de acuerdo con la disponibilidad presupuestaria y las necesidades que se tenga.

Planificar y desarrollar capacitación continua del personal en todas las áreas es también parte de la Jefatura de Recursos Humanos para lograr el mejoramiento de la competencia laboral del recurso humano del Área.

Los objetivos de la Jefatura de Recursos Humanos se derivan de las metas del Área, algunos de estos serán:

- Mejorar las contribuciones productivas del personal al Área, pensando primero en la persona.
- Crear y desarrollar habilidades de motivación para los empleados.
- Alcanzar eficiencia y eficacia con los recursos humanos disponibles.
- Contribuir al éxito de El Boliche.
- Desarrollar las aspiraciones y objetivos de los empleados.
- Ubicación de los empleados en los puestos adecuados.
- Conocer las necesidades reales de Recursos Humanos en El Boliche.

Figura 5.7. Organigrama estructural de la Jefatura de Recursos Humanos



Tabla 5.10. Organigrama por posición de la Jefatura de Recursos Humanos

Jefatura de Recursos Humanos	1
------------------------------	---

Figura 5.8. Organigrama funcional de la Jefatura de Recursos Humanos

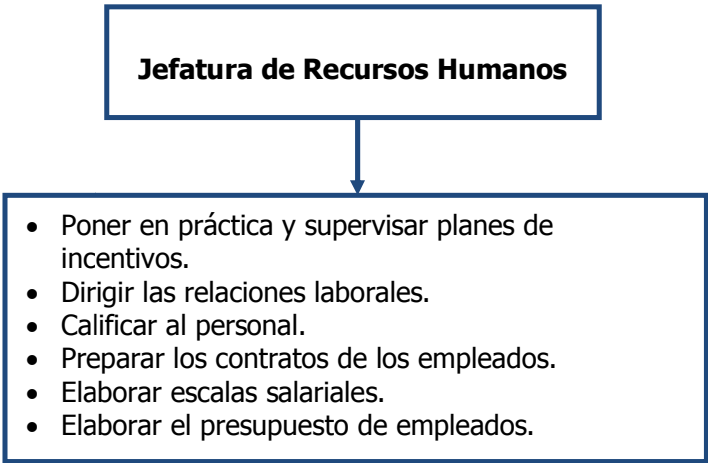


Figura 5.9. Organigrama estructural del Área

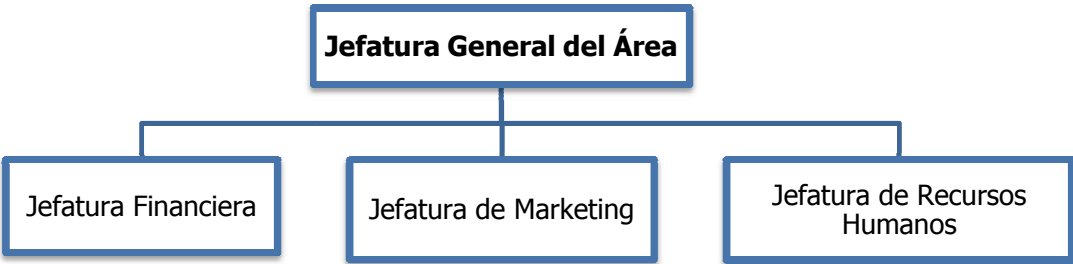
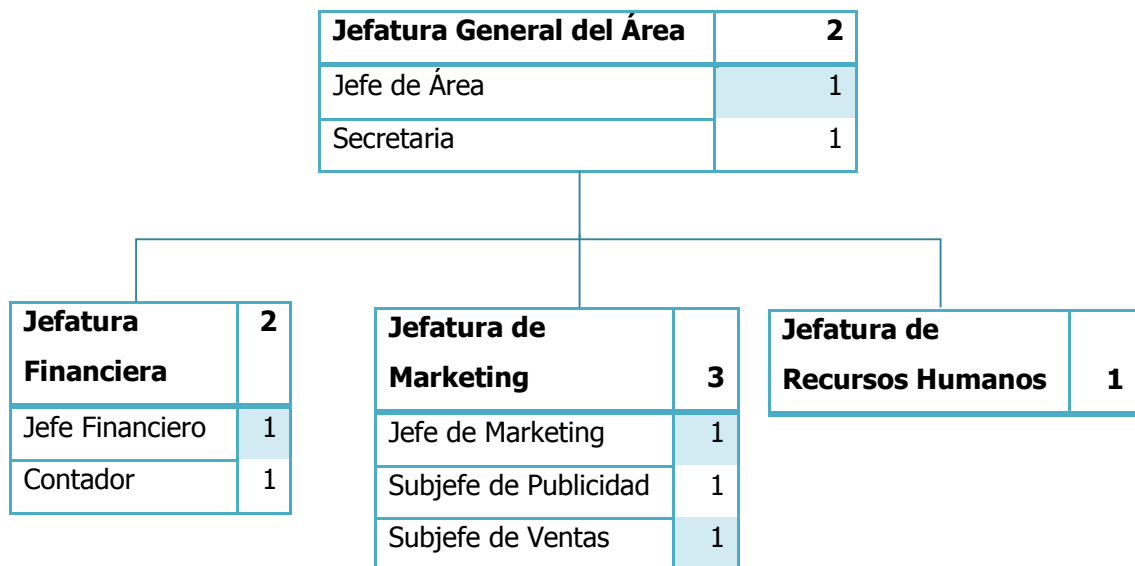


Figura 5.10. Organigrama por posición del Área



5.11 Plan de acción

Una vez realizadas y entendidas las estrategias seleccionadas al igual que el presupuesto se tendrá que aplicar un plan de acción para conseguir los objetivos propuestos.

Para comenzar con el plan de acción se deberá disponer necesariamente de los recursos:

- Humanos.
- Técnicos.
- Económicos.

En los acápite anteriores se dio a conocer cómo se conseguirán estos recursos, para iniciar el plan de marketing sería necesaria la aprobación o no

del presente trabajo y de esa forma se podrá definir los tiempos de acción según los recursos que se obtengan y cada qué tiempo se dispondrá de los mismos, como por ejemplo el económico, no se puede saber la periodicidad de los desembolsos.

Las diferentes técnicas que se utilicen en el presente plan estarán englobadas dentro del marketing mix, se proponen distintas estrategias específicas combinando de forma adecuada las variables del marketing sobre:

- El producto.
- El precio.
- Canales de distribución.

Organización comercial

La comunicación: prensa, plan de medios y soportes, campañas promocionales, comunicación directa, entre otras

5.12 Proceso de control

Es analizar los cambios existentes en el tiempo, para realizar un feed back e investigar causas de éxito o fracaso del actual plan de marketing que pueda servir como experiencias posteriores.

Para el éxito del mismo se necesitan distintos controles periódicos, será necesario llevar a cabo modificaciones sobre el plan original, de poca o mucha importancia según los cambios del entorno.

Este proceso de control lo tendrán que realizar las autoridades del Área, el Ministerio del Ambiente y las entidades de control gubernamentales.

Entre los controles a realizar están:

- Resultados de demanda.
- Control de la dirección del Área.
- Control de la actividad que ofrece El Boliche.
- Resultado de las diferentes campañas de promoción y difusión.
- Ratios de visitas turistas nacionales e internacionales.
- Ratios de ingresos económicos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

- Se realizó un diagnóstico de la situación pasada y actual del Área Nacional de Recreación El Boliche, en cuanto a sus ingresos, egresos y visitantes por mes y año.
- Se conoció las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con las que cuenta El Boliche en relación con la actividad turística en comparación con su competencia directa e indirecta que se encuentran cerca.
- Se conoció internamente lo que es y representa El Boliche tanto para los colaboradores del Área, para la Comunidad de Romerillo y para el Ministerio del Medio Ambiente.
- Se diseñó un plan operativo para promocionar el ANRB como un destino turístico de gran acogida por parte del turismo nacional e internacional.
- Se aportó técnicas y estrategias de marketing para atraer el turismo.
- Mediante un profundo análisis se determinó que existe un sinnúmero de oportunidades en el mercado para atraer el turismo nacional e internacional y que El Boliche puede aprovechar esto para captar a los turistas nacionales e internacionales.

6.2 Recomendaciones

- Creación de una granja de animales típicos de esta zona como aves, conejos, alpacas; donde los niños puedan conocer, aprender e interactuar con los mismos.
- Retomar la práctica de pesca deportiva la cual ya se realizaba anteriormente en el área.
- Crear senderos ecológicos apropiados para la práctica de ciclismo.
- Al ser esta un área familiar; crear una pequeña zona de juegos infantiles.
- Variar el menú del restaurante del área.
- Incrementar el servicio de guías como por ejemplo, crear alianzas con universidades e institutos de turismo para que los estudiantes realicen sus prácticas en la misma.
- Implementar paseos a caballo de forma limitada.
- Mejorar la señalización de El Boliche.
- Aprovechando las quebradas que rodean el área se podría implementar el deporte extremo del canoping, el cual atraería el interés de los amantes de la aventura.
- Para financiar ciertas actividades se puede vender publicidad dentro del área.
- Ofrecer promociones de temporada.
- Crear una alianza con Ferrocarriles del Ecuador para reducir los costos de pasajes a las personas que vayan a El Boliche.

6.3 Sustentación de hipótesis

La hipótesis planteada:

H₁- Más del 50 % de turistas que visitan el ANRB lo hacen por realizar actividades relacionadas al ecoturismo.

Se sustenta con los datos obtenidos en la pregunta 5 de la investigación de mercados y que constan en la Tabla 4.6.

La hipótesis planteada:

H₂- El ANRB tiene pocos visitantes, debido a la poca promoción que se hace de ella.

Se sustenta con los datos obtenidos en la pregunta 10 de la investigación de mercados y que constan en la Tabla 4.11.

BIBLIOGRAFÍA

- AULESTIA Hernán; Guía metodológica para la elaboración de tesis.
- BARAJAS MEDINA Jorge; Curso introductorio a la administración; Editorial Trillas; segunda reimpresión 1992.
- BERNAL César Augusto; Metodología de la investigación.
- Biblioteca de consulta Encarta 2007.
- BONTA P. y FARBER M. Preguntas Sobre Marketing y Publicidad; Grupo Editorial Norma.
- Diccionario de Administración y Finanzas; Editorial OCEANO; Barcelona España.
- Diccionario de Marketing.
- ECOLAP; MINISTERIO DEL AMBIENTE; Guía del Patrimonio de Áreas Naturales Protegidas del Ecuador 2007.
- JARA PADILLA, Francisco; Manual para la elaboración de planes de tesis en la Carrera de Marketing. 2009. Quito.
- KOTLER Philip, BOWEN John, MAKENS James; Marketing para Turismo; Editorial Pearson Prentice Hall; Tercera Edición; Año 2005.
- MINISTERIO DEL AMBIENTE; Plan de Manejo del Área Nacional de Recreación El Boliche; 2005; Quito.

- MINISTERIO DEL AMBIENTE; Plan de Manejo Ambiental del Área Nacional de Recreación El Boliche; Año 2006.
- MINISTERIO DE TURISMO; Actualización de atractivos turísticos de la provincia de Cotopaxi; 2005.
- SALKIND Neil; Métodos de Investigación; Editorial Prentice Hall; Tercera edición.
- STANTON William, ETZEL Michael, WALKER Bruce; Fundamentos de marketing; Editorial MACGraw Hill, Décima tercera Edición; 2001.
- VAN DALEN Deobold y MEYER William; Manual de técnica de la investigación educacional; sin editorial; 2004.

Páginas web

- <http://www.ambiente.gob.ec>
- <http://es.wikipedia.org>
- <http://www.expreso.ec>
- <http://www.hoy.com.ec>
- <http://www.disfrutachile.cl>
- <http://www.gstalliance.net>
- <http://www.google.com.ec>
- <http://www.ecuador.pordescubrir.com>

ANEXOS

Anexo 1. Rótulo de bienvenida al Área Nacional de Recreación El Boliche



Fuente: la Autora.

Anexo 2. Boletería



Fuente: la Autora.

Anexo 3. Señalización



Fuente: la Autora.

Anexo 4. Restaurante



Fuente: la Autora.

Anexo 5. Camino



Fuente: la Autora.

Anexo 6. Área de picnic



Fuente: la Autora.

Anexo 7. Bosque



Fuente: la Autora.

Anexo 8. Alpacas



Fuente: la Autora.

Anexo 9. Cabañas



Fuente: la Autora.

Anexo 10. Cabaña



Fuente: la Autora.

Anexo 11. Sendero Romerillo



Fuente: la Autora.

Anexo 12. Sendero Romerillo



Fuente: la Autora.

Anexo 13. Alpacas



Fuente: la Autora.

Anexo 14. Zona de parqueo



Fuente: la Autora.

Anexo 15. Llegada del autoferro



Fuente: la Autora.

Anexo 16. Autoferro



Fuente: la Autora.

Anexo 17. Centro de Interpretación



Fuente: la Autora.

Anexo 18. Bosque



Fuente: la Autora.

Anexo 19. Áreas de camping



Fuente: la Autora.

Anexo 20. Cabañas



Fuente: la Autora.

Anexo 21. Cabañas



Fuente: la Autora.

Anexo 22. Áreas de picnic y parqueo



Fuente: la Autora.

Anexo 23. Bosque



Fuente: la Autora.

Anexo 24. Pajonales



Fuente: la Autora.

Anexo 25. Delimitación del bosque y el pajonal



Fuente: la Autora.

Anexo 26. Rótulo del límite este del ANRB



Fuente: la Autora.

Anexo 27. Pequeño riachuelo del páramo del Boliche



Fuente: la Autora.

Anexo 28. Pajonales



Fuente: la Autora.

Anexo 29. Flora



Fuente: la Autora.

Anexo 30. Arribo del tren



Fuente: la Autora.

Anexo 31. Mercado de la comunidad Romerillo



Fuente: la Autora.

Anexo 32. Niños de la Comunidad de Romerillos



Fuente: la Autora.

Anexo 33. Comunidad de San Bartolomé de Romerillos



Fuente: la Autora.

Anexo 34. Ficha del Área Nacional de Recreación El Boliche



Ministerio de Turismo

ATRACTIVOS TURISTICOS

04

DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: Biologo Byron Amaya
 SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Galo Paredes
 FICHA N°: 05N01
 FECHA: 15/01/01
 NOMBRE DEL ATRACTIVO: **AREA NACIONAL DE RECREACION EL BOLICHE**
 CATEGORÍA: SITIOS NATURALES
 TIPO: SISTEMA DE ÁREAS PROTEGIDAS
 SUBTIPO: AREA NACIONAL DE RECREACION

UBICACION

PROVINCIA: COTOPAXI
 CIUDAD Y/O CANTON: LATACUNGA
 CALLE:
 PARROQUIA: MULALO
 NUMERO: 0
 LOCALIZACION GEOGRAFICA: 78°28'26"W
 Este: 00°36'55"S
 Norte:

CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:

NOMBRE DEL POBLADO: LATACUNGA
 DISTANCIA (Km): 44
 NOMBRE DEL POBLADO: MACHACHI
 DISTANCIA (Km): 27

CALIDAD

VALOR INTRINSECO

CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO:

ALTURA MIN.: 500 m.s.n.m
 TEMPERATURA MIN.: 8 °C
 PREC. PLUVIOM.: 14 m.m
 MAX.: 2000 m.s.n.m
 MAX.: 14 °C
 295 m.m

a) Extensión y ubicación: El Area de Recreación El Boliche, se encuentra ubicada junto al Parque Nacional Cotopaxi, cuenta con 1.077ha. de extensión (Zúñiga, 1992).

b) Biodiversidad: En el Area de Recreación el Boliche se distinguen 2 zonas de vidas: Bosque húmedo Montano (BhM) 500 a 1000 mm. de precipitación y Bosque muy húmedo Montano (BmhM) con 1000 a 2000 mm de precipitación.

Aproximadamente el 40% de su extensión es un bosque de pino asociado con vegetación arbustiva compuesta por especies de la familia ASTERACEAE como: el romerillo, chilca; el estrato herbáceo está compuesto por musgos, hongos, helechos y líquenes, además de almohadillas.

El bosque alto andino: que se encuentra en regeneración, tiene aproximadamente 20 metros de alto en el se pueden encontrar aguacatillo de páramo, pumamaqui, quishuar, sacha chocho, mortiño, zapatitos, orejas de conejo, Patia fichana, ningo; helechos del género Polipodium, Grammitis, Elaphoglossom, así como diversas especies de musgos, hongos, y líquenes. En esta zona se puede distinguir también pajonal asociado con especies como el Sacha chocho (Lupinus sp.) y otras especies de la familia ASTERACEAE.

La población animal representativa son conejos, chucuri, lobo de páramo, y venados.

Las aves que se pueden observar son el curiquinge, el quilico y el guarro.

Esta área de recreación se encuentra dentro del Sistema de Páramos por su vegetación característica; sabemos pues, que el páramo es biológicamente diverso y rico en endemismo, pero ecológicamente frágil.

c) Descripción general del paisaje: En El Boliche existen senderos que permiten admirar la belleza escénica formada por una composición florística típica y su fauna asociada contrastado con el volcán Cotopaxi.

d) Atractivos individuales que lo conforman: Los sitios de interés en El Boliche son sus miradores: la Planicie de Mishahuaco es un mirador de todo el entorno. Otro lugar es el sitio de Sunfana; allí existe un mirador desde el cual se puede contemplar al volcán Cotopaxi.

e) Permisos y restricciones: En El Boliche es prohibida la caza, pesca, ingreso de animales domésticos y alterar el ecosistema improvisando senderos, ya sea en auto o en caminata.

f) Estaciones científicas: Para ingresar a El Boliche existe un desvío, muy cerca del mismo se encuentra la Estación CLIRSEN perteneciente a las Fuerzas Armadas.

g) Centros de interpretación: Existe una sala de conferencias con capacidad para 80 personas, donde se ofrecen charlas interpretativas y proyecciones.

ATRATIVOS TURISTICOS

h) Información adicional: Presenta un periodo más húmedo entre los meses de marzo y mayo, y otro periodo de menor precipitación entre julio y septiembre. Es recomendable la visita en el periodo de junio a septiembre, por cuanto el clima presenta estabilidad y permite un mayor deleite de la recreación (Zúñiga, 1992).

Partiendo desde Quito, el acceso principal al Boliche se halla sobre la carretera Panamericana, aproximadamente a una hora de viaje hacia el sur. Un camino de segundo orden lleva hasta el corazón del área, pasando a un costado de las antenas de la estación CLIRSEN (Guía de Parque Nacionales y Reservas del Ecuador, 1998).

VALOR EXTRINSECO
USOS (SIMBOLISMO) :

En El Boliche se puede realizar caminatas, charlas interpretativas, observación de flora y fauna asociada.

ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO : ALTERADO

CAUSAS:

La introducción de especies vegetales.

ENTORNO EN PROCESO DE DETERIORO

CAUSAS

El entorno constituye el Parque Nacional Cotopaxi; sin embargo la extracción maderera sigue creciendo en algunas zonas del área.

ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS) :
A P O Y O
INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMP. DE ACCESO
		Buen	Regul	Malo		Diar.	Sem.	Mens	Event	
TERRESTRE	ASFALTADO	●			BUS	●				DIAS AL AÑO
	LASTRADO		●		AUTOMOVIL	●				365
	EMPEDRADO				4 x 4	●				
	SENDERO				TREN					
ACUATICO	MARITIMO				BARCO					DIAS AL MES
					BOTE					30
	FLUVIAL				CANOA					
AEREO					OTROS					
					AVION					HORAS AL DIA
					AVIONETA					18
					HELICOPTERO					

OBSERVACIONES :

Acceso desde la vía Panamericana en el sector del Clirsen (65 km de Quito, asfaltada, buena). Tres km hacia el este por vía asfaltada.

FACILIDADES TURISTICAS

	CATEGORIAS									
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	No Establ.	Plazas	No Establ.	Plazas	No Establ.	Plazas	No Establ.	Plazas	No Establ.	Plazas
ALOJAMIENTO							6	24		
ALIMENTACION										
ESPARCIMIENTO					1	250				

AGENCIA DE VIAJE
CORREOS

ALMACENES DE ARTESANIAS
TELEFONOS, FAX, TELEFAX

OTROS

OBSERVACIONES :

En los alrededores del centro administrativo existen 4 pequeñas cabañas con disponibilidad de luz. De igual manera, hay espacios para camping, fogones y servicios higiénicos.

INFRAESTRUCTURA BASICA

AGUA : ENTUBADA

ENERGIA ELECTRICA: GENERADOR

ALCANTARILLADO:

POZO CIEGO

ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS



ATRATIVOS TURISTICOS

ESPECIFICAR NOMBRE Y DISTANCIA EN KILOMETROS

Laguna de Limpiopungo 35 Km.
Volcán Cotopaxi 53 Km.
Cerro Morruco 53 Km.
Pucará del Salitre 38 Km.
Latacunga 44 Km.

S I G N I F I C A D O

DIFUSION DEL ATRACTIVO

NACIONAL E INTERNACIONAL

Anexo 35. Ficha del Parque Nacional Cotopaxi



Ministerio de Turismo

ATRATIVOS TURISTICOS

35

DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: Biologo Byron Amaya FICHA N° 05N13
SUPERVISOR EVALUADOR: Juan Pablo Játiva B.A. FECHA: 15/01/01
NOMBRE DEL ATRACTIVO: **PARQUE NACIONAL COTOPAXI**
CATEGORÍA: SITIOS NATURALES
TIPO: SISTEMA DE ÁREAS PROTEGIDAS SUBTIPO: PARQUE NACIONAL

UBICACION

PROVINCIA: COTOPAXI CIUDAD Y/O CANTON: LATACUNGA
CALLE: PARROQUIA: MULALO
NUMERO: 0 LOCALIZACION GEOGRAFICA: 78°28'26"W 00°36'55"S
Este: 782826 Norte: 003655

CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:

NOMBRE DEL POBLADO: LATACUNGA DISTANCIA (Km): 30
NOMBRE DEL POBLADO: MACHACHI DISTANCIA (Km): 40

CALIDAD

VALOR INTRINSECO

CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO:

ALTURA MIN.: 3400 m.s.n.m TEMPERATURA MIN: 8 °C PREC. PLUVIOM.: 14 m.m
MAX.: 5897 m.s.n.m MAX.: 14 °C 295 m.m

a) Extensión: El Parque Nacional Cotopaxi (PNC) cubre 33.393 hectáreas; distribuidas en las provincias del Cotopaxi, Pichincha y Napo.

b) Biodiversidad y descripción general del paisaje: En el Parque Nacional Cotopaxi; se distinguen 4 zonas de vida: Bosque muy húmedo Montano; con alturas desde los 3400 hasta los 3900 m.s.n.m, con temperatura entre 6 y 12 °C compuesta por vegetación arbustiva con especies como la chuquiragua o flor del andinista (Chuquiraga jussieui), el romerillo y en el área más baja especies arbóreas del alto andino como el punamaquí, Patia fichana y el quishuar o árbol de los incas.

El Páramo pluvial Sub - Alpino se encuadra entre los 4400 y 4300 m.s.n.m, la temperatura de esta zona de vida varía entre 3 y 6 °C, caracterizada por pajonal, almohadillas de diferentes especies, y gencianas; entre otras especies.

La Tundra pluvial Alpina es otra zona de vida ubicada debajo de los arenales entre 4400 y 4700 m.s.n.m con 1.5 y 3 °C de temperatura caracterizada por almohadillas, musgos, líquenes.

La última zona de vida es el Nival; es la zona que pertenece a las nieves perpetuas.

En estas zonas de vida el componente animal y vegetal se distribuye entre regiones húmedas, nubladas y azotadas por el viento dentro de las cuales existen senderos autoguiados a través de los cuales se puede observar la majestuosidad del Volcán Cotopaxi, algunas formaciones rocosas naturales; así como la gran diversidad de especies vegetales en el estrato herbáceo.

En el PNC se distinguen someramente el páramo arbustivo, pajonal y bosque alto andino donde se pueden observar especies vegetales como el punamaquí, quishuar (Buddleja incana) o árbol de los incas, Patia fichana (Bryochotum pedifolium), mortiño (Vaccinium spp.); el estrato herbáceo compuesto por variedades de helechos donde resaltan los del género Elaphoglossum propios de altura, musgos (indicadores de excelente humedad ambiental), hongos, líquenes. Especies animales como el quilico, quinde, guarro, gaviota andina (Larus serranus), gallareta (Fulica sp.), pato andino (Anas andium), gligle, curiquinge, guagsa, lagartija verde, conejo (Sylvilagus brasiliensis), ratón marsupial (Caenolestes sp.), llamas que se encuentran en un zoológico.

c) Atractivos individuales que lo conforman: Dentro del PNC se encuentra el Volcán Cotopaxi con 5897 m, de nieves eternas y en forma de cono truncado es uno de los volcanes más alto del mundo.

El siguiente lugar es la laguna de Limpiopungo a 3850 m.s.n.m, mide aproximadamente 20 hectáreas.

Otro lugar es el Río Pita localizado en la parte sur-oriental; se puede acceder a este río por la guardiana Mauca - Mudadero, en este sector el río presenta una amplitud no mayor a 8 metros y poco profundo; este río se forma de los deshielos del Cotopaxi.

d) Permisos, restricciones y estaciones científicas: El PNC puede ser visitado por el turismo naturalista directo, muy especialmente el turismo naturalista indirecto; y por supuesto el turismo naturalista científico. Pero todos y cada uno de estos tipos de turismo tienen que cumplir y seguir ciertas reglas dentro del Parque así como en el uso de los lugares de estancia; por ejemplo no se

ATRACTIVOS TURISTICOS

admite el ingreso de animales domésticos, pescar o cazar, encender fogatas fuera de los límites establecidos, etc. reglas que deben ser seguidas y cumplidas a cabalidad.

Cerca al Área de Recreación El Boliche existe la estación CLIRSEN propiedad de las F.F.A.A

c) Centros de Interpretación: A partir del año 1992 son remodelados un museo, un centro de descanso, alimentación y el centro de interpretación ambiental con una sala de proyecciones con capacidad para alrededor de 30 personas.

f) Información adicional: El acceso al Parque Nacional Cotopaxi inicia en la misma carretera Panamericana, un tanto más al sur que el primero, cerca ya a la población de Lasso. Un camino de tercer orden, lleva hasta el control de Caspi (Guía de Parques Nacionales y Reservas del Ecuador, 1998).

VALOR EXTRINSECO
USOS (SIMBOLISMO) :

Se dice que el Volcán Cotopaxi es el paso obligado para todo ascensionista; disfrutar de la majestuosidad del Volcán Cotopaxi, deportes de alto riesgo, caminatas de menor y mayor intensidad.

Parte del área de El Boliche es destinada a un proyecto de criadero de llamas.

Aglomerados Cotopaxi desde hace 3 años se ha encargado de la extracción de madera en el Parque Nacional Cotopaxi.

ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO : CONSERVADO

CAUSAS:

Existe un plan de manejo que se ha implementado en los últimos años.

ENTORNO EN PROCESO DE DETERIORO

CAUSAS

La extracción maderera en el bosque de Pino; esta actividad está dejando descubierto al suelo.

ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS) :
A P O Y O
INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMP. DE ACCESO
		Buen	Regul	Malo		Diar.	Sem.	Mens	Event	
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS	●				DIAS AL AÑO 360
	LASTRADO		●		AUTOMOVIL	●				
	EMPEDRADO				4 x 4	●				
	SENDERO				TREN	●				
ACUATICO	MARITIMO				BARCO					DIAS AL MES 20
					BOTE					
	FLUVIAL				CANOA					
AFREO					OTROS					HORAS AL DIA 12
					AVION					
					AVIONETA					
					HELICOPTERO					

OBSERVACIONES :

Ingreso tiene tres áreas.

a) sector de Pedregal Tambo al norte, desde la población de Machachi (o Sangolquí)

b) El Boliche, en el área del Clirsen, donde se encuentra el Centro de Interpretación (no en funcionamiento hasta su licitación)

c) El Chasqui (la más visitada) donde a cierta distancia de la carretera se encuentra el principal sitio de control (sitio de cuidado de anqueños o llamas)

FACILIDADES TURISTICAS

	CATEGORIAS									
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	No Establ.	Plazas	No Establ.	Plazas	No Establ.	Plazas	No Establ.	Plazas	No Establ.	Plazas
ALOJAMIENTO					1	30	2	20		
ALIMENTACION					1	20				
ESPARCIMIENTO										

 AGENCIA DE VIAJE

 ALMACENES DE ARTESANIAS

 OTROS

ATRATIVOS TURISTICOS

CORREOS	<input type="checkbox"/>	TELEFONOS, FAX, TELEFAX	<input type="checkbox"/>
OBSERVACIONES : SE HA TOMADO EN CUENTA LA CAPACIDAD DEL REFUGIO JOSÉ F. RIVAS DEL PARQUE NACIONAL COTOPAXI Y DOS HOSTERIAS QUE SE ENCUENTRAN EN LA PARTE BAJA.			
INFRAESTRUCTURA BASICA			
AGUA :	ENTUBADA	ENERGIA ELECTRICA:	SISTEMA INTERCONECTADO
ALCANTARILLADO:	POZO SEPTICO		
ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS			
ESPECIFICAR NOMBRE Y DISTANCIA EN KILOMETROS El Boliche, Laguna de Limpiopungo, Volcán Cotopaxi, Pucará Del Salitre, se encuentran dentro del Parque Nacional Cotopaxi. San Aguatin De Callo 2 Km.			
S I G N I F I C A D O			
DIFUSION DEL ATRACTIVO	NACIONAL E INTERNACIONAL		

Anexo 36. Ficha de la Reserva Ecológica Los Ilinizas



Ministerio de Turismo

ATRATIVOS TURISTICOS

DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: Biologo Byron Amaya
 SUPERVISOR EVALUADOR: Juan Pablo Játiva B.A.
 FICHA N°: 05N14
 FECHA: 12/05/99
 NOMBRE DEL ATRACTIVO: **RESERVA ECOLOGICA LOS ILINIZAS**
 CATEGORIA: SITIOS NATURALES
 TIPO: SISTEMA DE ÁREAS PROTEGIDAS
 SUBTIPO: RESERVA ECOLÓGICA

UBICACION

PROVINCIA: COTOPAXI
 CIUDAD Y/O CANTON: LATACUNGA, SIGCHOS, LA MANA.
 CALLE:
 PARROQUIA: PUCAYACU, PILALO, TINGO, GUAS
 NUMERO: 0
 LOCALIZACION GEOGRAFICA: 78°41'58"W 00°40'32"S
 Este: 756928 Norte: 9924941

CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:

NOMBRE DEL POBLADO: SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS DISTANCIA (Km): 35
 NOMBRE DEL POBLADO: LA MANA DISTANCIA (Km): 30'

CALIDAD

VALOR INTRINSECO

CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO:

ALTURA MIN.: 800 m.s.n.m TEMPERATURA MIN.: 8 °C PREC. PLUVIOM.: 14 m.m
 MAX.: 5265 m.s.n.m MAX.: 14 °C 295 m.m

- a) Ubicación y extensión: La Reserva Ecológica los Ilinizas se encuentra en las provincias de Pichincha y Cotopaxi, cuenta con una extensión de 149900 hectáreas.
- b) Biodiversidad: La Reserva Ecológica Los Ilinizas corresponde a las zonas de vida: bosque muy húmedo Pre-Montano (bmhPM), bosque húmedo Pre-Montano (bhPm), bosque húmedo Montano Bajo (bhMB), bosque muy húmedo Montano Bajo (bmhMB), bosque muy húmedo Montano (bmhM) y bosque pluvial Sub-Alpino (bpSA).
- Los ecosistemas de los Ilinizas albergan especies de flora propias de la serranía como el arrayán, quishuar, el pumamaqui y el romerillo.
- En cuanto a la fauna se refiere, presenta mayoritariamente mamíferos menores como chucuris, raposas, zorros hediondos, guantas, y guatusas que se piensa comparten el hábitat con pumas, tigrillos e incluso el oso de anteojos. Las peligrosas serpientes equis abundan al noroccidente y se sabe que algunas especies de las célebres ranas conocidas como jambatos, ahora extintas, poblaron el sur de esta zona.
- c) Atractivos individuales que lo conforman: El sector de los Ilinizas, son las mayores elevaciones en la reserva y junto con la laguna de Quilotoa constituyen sus principales atractivos. El pico norte es menos inclinado y fácil de escalar, mientras que el Iliniza sur puede presentar un serio desafío.
- La laguna de Quilotoa es de origen volcánico, aproximadamente de 3 Kilómetros de diámetro. Sus aguas verdes, su forma redondeada, son elementos que sumado a su cobertura vegetal son los condicionantes de otogar características paisajísticas espectaculares.
- Pangua y los bosques subtropicales, son los relictos de bosque húmedo subtropical que se pueden encontrar a lo largo del extremo suroccidental, al cual se accede por vías de tercer orden
- d) Permisos y restricciones: Al igual que en todas las reservas y parques nacionales, en los Ilinizas no es permitido el ingreso de animales domésticos, improvisar senderos, cortar árboles para encender fogatas, la cacería y la apesca.
- e) Información adicional: Existen algunos accesos que llevan hasta los límites o al interior de la reserva. Normalmente se encuentran en muy mal estado y todos requieren de vehículos de doble tracción y la asesoría de un lugareño.
- La primera vía de acceso nace sobre la carretera Quito - Santo Domingo de los Colorados, cerca a la población de Alluriquin. Un camino estacional conduce hasta Palo Quemado y San Francisco de las Pampas, desde donde se puede avanzar a pie al sector de Zarapullo.
- La segunda vía nace sobre la vía Santo Domingo - Quevedo, en la población de Patricia Pilar. A través de varios caminos de hacienda se llega a la población de río Blanco, cerca a los límites de la reserva.

Código No.: 05N07

Diseño: GEOTELEC INGENIERIA Y SERVICIOS CIA LTDA.

Página:

1

ATRATIVOS TURISTICOS
VALOR EXTRINSECO
USOS (SIMBOLISMO) :

Los linizos es el lugar donde se pueden realizar actividades como caminatas, charlas interpretativas, deportes de alto riesgo que ofrecen al turista la posibilidad de tener una experiencia inolvidable.

ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO : CONSERVADO

CAUSAS:

Es una de las reservas más jóvenes ha ello se han implementado programas y planes de manejo.

ENTORNO EN PROCESO DE DETERIORO

CAUSAS

Por lo general las zonas de amortiguamiento crecen por actividades agrícolas.

ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS) :
A P O Y O
INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS		TRANSPORTE	FRECUENCIA			TEMP. DE ACCESO
		Buen	Regul/Malo		Diar.	Sem.	Mens	
TERRESTRE	ASFALTADO		●	BUS	●			DIAS AL AÑO 365
	LASTRADO		●	AUTOMOVIL	●			
	EMPEDRADO			4 x 4	●			
	SENDERO			TREN				
ACUATICO	MARITIMO			BARCO				DIAS AL MES 30
				BOTE				
	FLUVIAL			CANOA				
				OTROS				
AEREO				AVION				HORAS AL DIA 10
				AVIONETA				
				HELICOPTERO				

OBSERVACIONES :

Existen varios accesos para llegar, es necesario la guía de un lugareño para estos caminos.

FACILIDADES TURISTICAS

	CATEGORIAS									
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	No Establ.	Plazas	No Establ.	Plazas	No Establ.	Plazas	No Establ.	Plazas	No Establ.	Plazas
ALOJAMIENTO							1	20		
ALIMENTACION										
ESPARCIMIENTO										

 AGENCIA DE VIAJE

 CORREOS

 ALMACENES DE ARTESANIAS

 TELEFONOS, FAX, TELEFAX

 OTROS
OBSERVACIONES :

Recomendamos las facilidades del refugio Nuevos Horizontes, en el collado de las montañas.

INFRAESTRUCTURA BASICA

AGUA : NO EXISTE

ENERGIA ELECTRICA: NO EXISTE

ALCANTARILLADO: NO EXISTE

ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS

ESPECIFICAR NOMBRE Y DISTANCIA EN KILOMETROS

CAÑÓN DE ZUMBAHUA 40 Km.

PARQUE NACIONAL COTOPAXI 80 Km.

LATACUNGA 68 Km.

PUJILÍ 58 Km.

S I G N I F I C A D O



Ministerio de Turismo

ATRATIVOS TURISTICOS

DIFUSION DEL ATRACTIVO

NACIONAL E INTERNACIONAL

Area Nacional de Recreación El Boliche



Si todos colaboramos con la protección de los Recursos Naturales del País, nos aseguramos de su existencia futura para el disfrute y bienestar de nuestros hijos.



Telefax: (03) 2812 768 • Cel: 089 212 794



Equipo Necesario

- Ropa abrigada
- Gorra y guantes de lana
- Zapatos cómodos para caminar y protegerse
- Binoculares
- Cámara fotográfica
- Box lunch (comida energética, dulces, galletas, agua)

RECOMENDACIONES PARA EL VISITANTE

- Valor de ingreso al área es de 2 dólares americanos para visitantes nacionales o residentes y 10 dólares americanos para el turista extranjero.
- Se recomienda que ningún animal, planta o roca deben ser perturbados o removidos.
- Las fogatas están permitidas en los lugares destinados para ello.
- Ayudemos a mantener limpio y bien presentado el lugar, evacuando la basura producida por usted.
- No rompa el equilibrio de la naturaleza el silencio vivifica el espíritu.

FACILIDADES PARA LOS TURISTAS

Es el sector que agrupa la mayor parte de la infraestructura para visitantes, cuenta con un centro administrativo, dos centros de interpretación: uno histórico y otro sobre el Sistema Nacional de Áreas Protegidas.



un restaurante áreas de Camping y Pic-nic, 11 cabañas para servicio de hospedaje que cuenta con gran parte de los servicios básicos y dos cabañas anteriores que son techo y piso, dos canchas, una de boleyball y otra de fútbol.





4. PÁRAMO INFINITO
MACHACHI - BOLICHE - MACHACHI



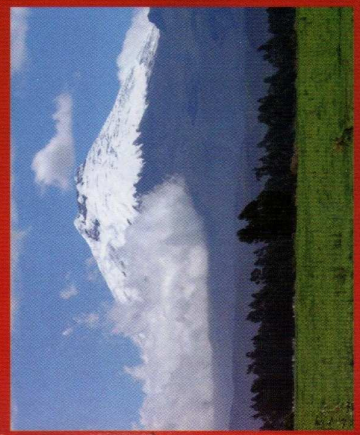
Esta microruta está rodeada de coloridos paisajes, el turista podrá tener diferentes alternativas recreacionales en Machachi y en Boliche. Este viaje constituye una verdadera experiencia inolvidable.

Ruta	Itinerario	Hora	Precio
Machachi - Boliche	Jueves a Domingo	08:15	\$10,00
Machachi	Feriatos	10:45 - 12:15	

Información y reservas:
1800 - TRENES (873637)
info@ferrocarrilesdelecuador.gob.ec



1. AVENIDA DE LOS VOLCANES
QUITO - LATAGUNGA - QUITO



Esta ruta conocida por sus múltiples volcanes como: Illaló, Paschoa, Rumiñahui, Cotopaxi, Pichincha, Atacazo, Corazón, Ilinizas, entre otros, da muestra a los turistas de la imponente y bella serranía ecuatoriana.

Ruta	Itinerario	Hora	Precio
Quito - Latacunga	Jueves a Domingo	08:00	\$10,00
Quito	Feriatos		



3. CAMINO AL BOLICHE
QUITO - BOLICHE - MACHACHI



Una travesía incomparable, donde se puede disfrutar de montañas y volcanes que son parte del callejón interandino. Además de disfrutar el contacto con la naturaleza en el Área Recreacional Boliche.

Ruta	Itinerario	Hora	Precio
Quito - Boliche - Machachi	Sábado, Domingo	08:15	\$15,00
	Feriatos		