



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TITULACIÓN DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

“Desarrollo de un producto turístico ecológico para la área nacional de recreación El Boliche con participación de la comunidad San Bartolomé de Romerillos, provincia de Cotopaxi”

TRABAJO FIN DE TITULACIÓN

AUTOR: Muñoz Hidalgo, Ericka Alexandra

DIRECTOR: Viñán Merecí, Christian Stalin Econ.

CENTRO UNIVERSITARIO SAN RAFAEL

2014

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN

Economista

Christian Stalin Viñán Merecí

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de fin de titulación: **“Desarrollo de un producto turístico ecológico para la área nacional de recreación El Boliche con participación de la comunidad San Bartolomé de Romerillos, provincia de Cotopaxi”.** realizado por Muñoz Hidalgo Ericka Alexandra ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, 10 Febrero de 2014

f) _____

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo Muñoz Hidalgo Ericka Alexandra declaro ser autor (a) del presente trabajo de fin de Titulación: Desarrollo de un producto turístico ecológico para la área nacional de recreación El Boliche con participación de la comunidad San Bartolomé de Romerillos, provincia de Cotopaxi, de la Titulación Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas siendo Econ. Stalin Christian Viñán Merecí director (a) del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

f. _____

Muñoz Hidalgo Ericka Alexandra
Cédula 1711733616

DEDICATORIA

Dedico la tesis a la memoria de mi padre, quien me ha inculcado valores que me han fortalecido en el camino de la vida. A mi madre Marlene Hidalgo a quien admiro tanto que es un ejemplo de admiración de lucha y trabajo constante, a mi hijo Sebastián que es una bendición de Dios y hermana Paola Muñoz, que con su apoyo y colaboración me ha empujado a seguir finalizando mi tesis.

A mis grandes amigos y familia que a pesar de las adversidades que se presentaron en mi vida siempre brindaron su cariño y confianza durante todos estos años.

“Preparar el futuro significa dar fundamento al presente”.

Antoine de Saint-Exupéry

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de tesis primeramente me gustaría agradecer a Dios por bendecirme cada día, y permitir llegar hasta donde he llegado, y hacer realidad este sueño anhelado.

A la universidad Particular de Loja por darme la oportunidad de estudiar y ser una profesional, a mi Director de tesis Economista Cristián Viñan, por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia y su paciencia ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

De manera muy especial quiero agradecer a mi madre, a mi hermana y a mi hijo Sebastián los cuales son mi motivo más grande en mi vida personal y profesional, ya que por sus consejos, ánimo, paciencia y compañía en los momentos más difíciles de mi vida siempre estuvieron junto a mí y siempre estarán presentes en mi corazón sin importar donde estén quiero darles gracias por formar parte de mi éxito como profesional.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

.....	i
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xv
ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS.....	xvii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xviii
RESUMEN.....	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO I.....	5
1. Análisis del macroambiente.....	6
1.1 Turismo receptor a nivel mundial.....	6
1.2 Turismo en el Ecuador.....	7
1.2.1 Entorno del turismo a nivel nacional.....	7
1.2.2 Entorno económico del turismo nacional.....	8
1.2.2.1 Infraestructura Turística Nacional.....	10
1.2.2.2 Alojamiento.....	10
1.2.2.3 Servicios de alimentación.....	11
1.2.2.4 Transporte.....	11
1.2.2.5 Agencia de viajes internacionales, mayoristas.....	12
1.2.2.7 Recreación.....	13
1.2.3 Entorno legal y político.....	13
1.2.3.1 Marca país.....	15
1.2.4 Entorno social y cultural.....	16
1.2.5 Entorno Tecnológico.....	20
1.2.6 Entorno ambiental.....	21
1.3 Competidores.....	22
1.3.1 Refugio de Vida Silvestre Pasochoa.....	22
1.3.1.1 Atracciones.....	23

1.3.2	<i>Reserva Ecológica Ilinizas</i>	23
1.3.2.1	<i>Atracciones turísticas</i>	24
1.3.3	<i>Parque Nacional Cotopaxi</i>	25
1.3.3.1	<i>Atracciones turísticas</i>	25
1.4	Proveedores.....	26
1.4.1	<i>Transporte</i>	26
1.4.2	<i>Alojamiento</i>	26
1.5	Intermediarios.....	27
1.6	Grupos de interés.....	27
CAPÍTULO II.....		28
2.	Análisis del microambiente.....	29
2.1	Características generales de la comunidad.....	29
2.1.1	<i>Ubicación y superficie</i>	29
2.1.2	<i>Geografía y clima</i>	29
2.1.3	<i>Infraestructura vial</i>	30
2.1.4	<i>Población</i>	31
2.1.5	<i>División política</i>	31
2.1.6	<i>Características sociales y económicas</i>	33
2.1.6.1	<i>Servicios Básicos</i>	34
2.1.6.2	<i>Educación</i>	35
2.1.6.3	<i>Salud</i>	36
2.1.6.4	<i>Religión</i>	37
2.1.6.5	<i>Características económicas</i>	37
2.2	Características del Área Recreacional El Boliche.....	40
2.2.1	<i>Breve reseña histórica</i>	40
2.2.2	<i>Información Básica del Boliche</i>	41
2.2.3	<i>Políticas, planes, programas del sector</i>	43
2.2.4	<i>Principales actores</i>	46
2.2.5	<i>El sector de El Boliche y su economía</i>	48
2.2.6	<i>Tarifas y cobro a los turistas</i>	49
2.2.7	<i>Participación de la comunidad en la zona</i>	50
2.2.8	<i>Recursos turísticos e infraestructura</i>	50
2.2.8.1	<i>Turismo en Pastocalle</i>	50
2.2.8.2	<i>Turismo en el Área Nacional de Recreación El Boliche</i>	51

2.2.8.3	<i>Administración de servicios turísticos.</i>	54
2.3	Investigación de campo.	54
2.3.1	<i>Problema.</i>	55
2.3.2	<i>Objetivo de investigación.</i>	55
2.3.3	<i>Tipo de investigación.</i>	55
2.3.4	<i>Diseño.</i>	56
2.3.4.1	<i>Diseño de investigación cualitativa.</i>	56
2.3.4.2	<i>Diseño de investigación cuantitativo.</i>	57
2.3.5	<i>Técnicas.</i>	58
2.3.5.1	<i>Entrevista a profundidad.</i>	58
2.3.5.2	<i>Encuesta o cuestionario.</i>	58
2.3.6	<i>Resultados.</i>	58
2.3.6.1	<i>Resultados de la Investigación Exploratoria o Cualitativa.</i>	58
2.3.6.2	<i>Resultados de la Investigación Descriptiva o Cuantitativa.</i>	64
2.4	Demanda turística en la zona.	91
2.5	Oferta turística en la zona.	95
2.6	Evaluación de potencialidades.	95
2.6.1	<i>Demanda insatisfecha.</i>	95
2.7	Determinación de las Fortalezas y Debilidades.	96
2.8	Determinación de las Oportunidades y Amenazas.	98
2.9	Análisis FODA.	100
2.10	Matrices de impacto.	103
CAPÍTULO III.....		108
3.	Diseño del producto ecoturístico para el Centro Recreacional El Boliche y la comunidad de San Bartolomé de Romerillos, Provincia de Cotopaxi	109
3.1	Metodología para diseño del producto	109
3.1.1	Demanda de mercado	109
3.1.2	Análisis de la competencia	110
3.1.2.1	Identificación de los competidores	111
3.1.2.2	Descripción de los competidores	112
3.1.3	Matriz de perfil competitivo	115
3.1.4	Inventario de recursos	117
3.1.4.1	Descripción de los atractivos y recursos turísticos según su disposición en el ANRB	119
3.1.5	Concepto de producto	132

3.1.5.1	Producto turístico actual del ANRB.....	133
3.1.5.2	Concepto del producto ecoturístico propuesto para el ANRB.....	134
3.2	Diseño del producto.....	135
3.2.1	Segmentación.....	135
3.2.1.1	Segmentación Geográfica	135
3.2.1.2	Segmentación Demográfica	136
3.2.1.3	Segmentación Psicográfica	136
3.2.1.4	Segmentación en base al comportamiento	137
3.2.2	Rutas, Viajes, Itinerario y Otros Servicios	138
3.2.2.1	Descripción del itinerario para el producto ECOBOLICHE DE PASO	138
3.2.2.2	Descripción del itinerario para el producto ECOBOLICHE CAMPING TOUR 140	
3.3	Planes de intervención.....	144
3.4	Plan de comercialización.....	152
3.4.1	Canales de distribución.....	152
3.4.1.1	Descripción de los comercializadores	153
	En cuanto a la comercialización el producto a través de páginas de internet, se propone el diseño propio de una web informativa sobre el área y complementariamente, la participación en las siguientes páginas:.....	154
○	www.treecuador.com.....	154
○	www.amalavida.tv	154
○	www.ecuador.travel/es/potencia-turistica/inicio	154
3.4.2	Promoción.....	154
	La promoción se concentrará en medios electrónicos y atención a través de intermediarios, se perseguirá la introducción del producto en los circuitos de visita de turistas nacionales y extranjeros en la Avenida de los Volcanes. El uso de agencias de viaje y operadoras de turismo potenciará la difusión de la oferta; el apoyo de la marca país será de relevancia y permitirá dar relevancia al concepto ECOBOLICHE.	154
3.4.3	Precio	154
3.5	Posicionamiento.....	156
3.5.1	Marca	156
3.5.2	Logotipo	158
	<i>Mercado nacional</i>	158
	<i>Mercado Internacional</i>	158
3.5.3	Slogan.....	158
3.5.4	Artes publicitarios	159

3.6	Presupuesto	164
3.6.1	Inversiones	164
3.6.2	Proyección de ventas	164
3.6.3	Rentabilidad para la comunidad	166
3.6.4	Análisis de rentabilidad en el tiempo.....	167
•	Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR).....	167
3.6.5	Impactos.....	170
3.6.5.1	Social	170
3.6.5.2	Económico.....	170
3.6.5.3	Ambiental.....	171
	CONCLUSIONES	172
	RECOMENDACIONES	173
	BIBLIOGRAFÍAS	174
	ANEXOS	177

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Distribución de los receptores de turistas internacionales por región Año 2010	6
Tabla 2. Ingreso de turistas extranjeros al Ecuador Periodo 2008 - 2011	7
Tabla 3. Ingresos de divisas generadas por el Turismo para el Ecuador Periodo 2010 – 2011.....	9
Tabla 4. Posición del sector turístico nacional en la economía ecuatoriana	9
Tabla 5. Infraestructura Turística Nacional.....	10
Tabla 6. Infraestructura vial	30
Tabla 7. Evolución de la población de la Parroquia Pastocalle y su proyección futura	31
Tabla 8. Acceso a servicios básicos en la parroquia de Pastocalle.....	34
Tabla 9. Acceso a servicios en la comunidad de Romerillos.....	34
Tabla 10. Infraestructura educativa en la parroquia de Pastocalle	35
Tabla 11. Índices de Población	36
Tabla 12. Índices de Población	38
Tabla 13. Sector de la economía al que se dedica la población de la parroquia Pastocalle.....	38
Tabla 14. Cultivos recientes de la parroquia de Pastocalle	38
Tabla 15. Fauna presente en el ARN El Boliche	42
Tabla 16. Especies de aves presentes en el Área Nacional Recreacional El Boliche	43
Tabla 17. Mapa de actores principales según intereses para la creación de un producto ecoturístico para el Área Nacional de Recreación El Boliche	48
Tabla 18. Condiciones de vida en la zona de influencia del ARN El Boliche.....	49
Tabla 19. Población de estudio.....	57
Tabla 20. Tipo de turista que predomina en el ANRB	58
Tabla 21. Procedencia de los turistas que visitan el ANRB	59
Tabla 22. Nivel de satisfacción del turista que visita el ANRB.....	59
Tabla 23. Preferencias de actividades por parte del turista.....	60
Tabla 24. Participación de la comunidad en la gestión turística del ANRB.....	60
Tabla 25. Actividades realizadas en el ANRB	61
Tabla 26. Demanda de turistas en el ANRB.....	61
Tabla 27. Promoción turística en el Área Nacional de Recreación El Boliche	62
Tabla 28. Sugerencias y recomendaciones sobre el Área Nacional de Recreación El Boliche	62

Tabla 29. Creación de un producto ecológico	63
Tabla 30. Sociabilización en el ANRB.....	63
Tabla 31. Nacionalidad del Encuestado.....	64
Tabla 32. Ciudad de residencia habitual	65
Tabla 33. País de procedencia	66
Tabla 35. Edad	68
Tabla 36. Estado civil.....	69
Tabla 37. Instrucción	70
Tabla 38. Ingresos	71
Tabla 39: Visitas a parques Nacionales y áreas protegidas	72
Tabla 40. Visita el Área Recreacional El Boliche.....	73
Tabla 41. Motivo del viaje	74
Tabla 42. Frecuencia de visita al ANRB.....	75
Tabla 43. Tipo de traslado hacia el ANRB	76
Tabla 44. Actividades realizadas en el ANRB	77
Tabla 45. Tiempo de permanencia en ANRB.....	78
Tabla 46. Con quien realiza la visita	79
Tabla 47. Organización del viaje.....	80
Tabla 48. Servicios que comprendió en el paquete turístico	81
Tabla 49. Alojamiento en el ANRB.....	82
Tabla 50. Servicio de alojamiento	83
Tabla 51. Gasto en alojamiento	84
Tabla 52. Gasto en los servicios de recreación.....	85
Tabla 53. Servicio de recreación.....	86
Tabla 54. Servicio de alimentación	87
Tabla 55. Calificación en Servicio de alimentación	88
Tabla 56. Desarrollo de un producto turístico.....	89
Tabla 57. Promoción de producto turístico.....	90
Tabla 58. Demanda histórica en número de visitantes al ANRB	92
Tabla 59. Proyección de la cantidad de turistas que visitaron el ANRB	94
Tabla 60. Cuantificación de la oferta.....	95
Tabla 61. Demanda insatisfecha.....	96
Tabla 62. Matriz FODA	100
Tabla 63. Matriz de impacto - Fortalezas	103
Tabla 64. Matriz de impacto - Debilidades	104
Tabla 65: Matriz de impacto – Oportunidades.....	105
Tabla 66. Matriz de impacto – Amenazas	106

Tabla 67. Fortalezas de mayor impacto	106
Tabla 68. Debilidades de mayor impacto	107
Tabla 69. Oportunidades de mayor impacto	107
Tabla 70. Amenazas de mayor impacto.....	107
Tabla 71: Demanda potencial del producto ecoturístico del ANRB	110
Tabla 72: Mercado objetivo del producto ecoturístico del ANRB.....	110
Tabla 73: Relevancia de factores competitivos	115
Tabla 74: Matriz de perfil competitivo.....	116
Tabla 75: Posición competitiva	117
Tabla 76: Categorías y tipologías	118
Tabla 77: Categorización del ANRB.....	119
Tabla 78: Atractivos	120
Tabla 79: Flora y Fauna.....	127
Tabla 80: Infraestructura para información y educación.....	128
Tabla 81: Atractivos	130
Tabla 82: Concepto del producto actual del ANRB	133
Tabla 83: Productos auxiliares y secundarios que acompañan el concepto actual de la oferta turística del ANRB.....	133
Tabla 84: Recursos complementarios.....	134
Tabla 85: Producto aumentado.....	135
Tabla 86: Segmentación geográfica.....	136
Tabla 87: Segmentación demográfica.....	136
Tabla 88: Segmentación psicográfica	137
Tabla 89: Segmentación por comportamiento.....	137
Tabla 90: Itinerario producto ECOBOLICHE DE PASO	138
Tabla 91: Itinerario ECOBOLICHE CAMPING TOUR	141
Tabla 92: Objetivos de desarrollo de las áreas de intervención en el Área Recreacional El Boliche previo a la implementación del producto ecoturístico.....	145
Tabla 93: Estrategias e Involucrados en los objetivos de mejora del ANRB.....	146
Tabla 94: Estrategias e Involucrados en los objetivos de mejora del ANRB.....	147
Tabla 95: Metas y presupuesto para la ejecución de los planes de intervención para la implementación del producto ecoturístico en el ANRB.....	150
Tabla 96: Precio del Producto ECO BOLICHE DE PASO	155
Tabla 97: Precio del Producto ECO BOLICHE CAMPING TOUR	156
Tabla 98: Niveles de la marca.....	157
Tabla 99: Niveles de la marca.....	159
Tabla 100: Niveles de la marca.....	164

Tabla 101: Proyección de ventas para el escenario normal	165
Tabla 102: Proyección de ventas para el escenario pesimista	165
Tabla 103: Proyección de ventas para el escenario optimista.....	166
Tabla 104: Rentabilidad para la comunidad	167
Tabla 105: Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno para el escenario Normal	168
Tabla 106: Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno para el escenario Pesimista	168
Tabla 107: Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno para el escenario Optimista	169
Tabla 108: Comparativo de los indicadores de rentabilidad en el tiempo Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno para el escenario Optimista	169

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Ingreso de turistas extranjeros al Ecuador Periodo 2008 - 2011.....	8
Gráfico 2. Personal ocupado según actividad turística al año 2009	17
Gráfico 3. Personal ocupado en el sector turístico según provincia	17
Gráfico 4. Canasta vital y Canasta básica familiar	18
Gráfico 5. Participación de la comunidad según grupos – Parroquia Pastocalle	32
Gráfico 6. Mapa de actores principales para la creación de un producto ecoturístico para el Área Recreacional El Boliche.....	47
Gráfico 7. Distribución de tierras productivas en el ARN El Boliche	48
Gráfico 8. Nacionalidad del Encuestado	64
Gráfico 9. Ciudad de residencia.....	65
Gráfico 10. País de procedencia.....	66
Gráfico 11. Sexo.....	67
Gráfico 12. Edad.....	68
Gráfico 13. Estado civil	69
Gráfico 14. Instrucción.....	70
Gráfico 15. Ingresos	71
Gráfico 16. Visitas a parques Nacionales y áreas protegidas	72
Gráfico 17. Visita por primera vez al área recreacional El Boliche	73
Gráfico 18. Motivo principal del viaje.....	74
Gráfico 19. Frecuencia de visita al ANRB	75
Gráfico 20. Tipo del traslado hacia ANRB.....	76
Gráfico 21. Actividades realizadas en el ANRB	77
Gráfico 22. Tiempo de permanencia en el ANRB.....	78
Gráfico 23. Con quien realiza la visita.....	79
Gráfico 24. Organización del viaje	80
Gráfico 25. Oferta de servicios.....	81
Gráfico 26. Alojamiento del ANRB	82
Gráfico 27. Servicio de alojamiento	83
Gráfico 28. Gasto promedio en alojamiento	84
Gráfico 29. Gasto promedio en servicios de recreación	85
Gráfico 30. Calificación en servicio de recreación.....	86
Gráfico 31. Gasto promedio en servicio de alimentación	87
Gráfico 32. Calificación de servicio de alimentación.	88
Gráfico 33. Desarrollo de un producto turístico	89
Gráfico 34. Promoción de un producto eco turístico.....	90

Gráfico 35. Demanda histórica en número de visitantes al ANRB.....	93
Gráfico 36. Canales de distribución propuestos para el producto	153
Gráfico 37. Marca País	157
Gráfico 38. Logotipo del producto ecoturístico ECOBOLICHE	158
Gráfico 39. Artes publicitarios para promoción del producto ECOBOLICHE	160

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1. Cooperativa San Bartolomé de Pastocalle	33
Fotografía 2. Centro Integral del Buen Vivir	36
Fotografía 3. Fotografía de la Iglesia de Romerillos	37
Fotografía 5: Cerca de hato de camélidos	121
Fotografía 6: Sendero Romerillos	121
Fotografía 7: Área de Picnic Fotografía 8: Hato de camélidos.....	122
Fotografía 9: Fogón Romerillos Fotografía 10: Cabañas Romerillos.....	122
Fotografía 11: Cabañas Romerillos	123
Fotografía 12: Señalética Sendero Romerillos	123
Fotografía 13: Señalética Sendero Romerillos	124
Fotografía 14: Mirador de Romerillos	124
Fotografía 15: Señalización sendero Quishuar	125
Fotografía 16: Mirador El Colibrí	126
Fotografía 17: Cabaña del sendero Quishuar	126
Fotografía 18: Centro Histórico	128
Fotografía 19: Centro de Interpretación Ambiental.....	129
Fotografía 20: Restaurant del ANRB.....	130
Fotografía 21: Centro de Recreación ANRB	132

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 al 10. Fotografías del Área Nacional de Recreación El Boliche y la Comunidad de Romerillos.....	177
ANEXO 11. Plan Estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador “PLANDETUR 2020 “-(Introducción).....	185
ANEXO 12. Información sobre los Ferrocarriles del Ecuador, Empresa Pública – FEEP	185
ANEXO 13. Diagnóstico Turístico del Área Nacional de Recreación El Boliche (Inventario de Recursos, Categoría y Tipología, Categorización del ANRB, Flora y Fauna de la zona).....	185
ANEXO 14. Solicitud del Plan de Desarrollo parroquial de la parroquia de Pastocalle al Gobierno Parroquial San Juan de Pastocalle, provincia Cotopaxi.	185
ANEXO 15. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de San Juan de Pastocalle 2011-2018 (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San Juan de Pastocalle.	185
ANEXO 16. Convenio de uso y prestación de servicios turísticos, entre el Ministerio del Ambiente y la Compañía Operadora de Turismo Boliche Tours CIA. LTDA. (15 de abril de 2010).....	185
ANEXO 17. Convenio de Cooperación para la administración de infraestructura turística en el Área Nacional de Recreación El Boliche.(16 de agosto 2012).	185
ANEXO 18. Carta de solicitud a la Directora Provincial de Cotopaxi, para realizar las investigaciones y estudios del Área Nacional de Recreación El Boliche.....	185
ANEXO 19. Modelo de Encuesta realizada a los turistas que visitan el Área Nacional de Recreación El Boliche.	185
ANEXO 20. Audio de las entrevistas realizadas al Representante de la Comunidad San Bartolomé de Romerillos (Administrador de la Empresa Waponni, Administrador del Área Nacional de Recreación El Boliche Representante de la Comunidad de Romerillos).	185

RESUMEN

En base a las investigaciones efectuadas a los turistas que visitan el área se determina que el desarrollo de un producto ecológico para el Área Nacional de Recreación El Boliche, es óptimo, aparte que existe un gran apoyo por parte de las autoridades en la promoción de las áreas protegidas y la rehabilitación de los Ferrocarriles del Ecuador.

Por lo que al realizar un estudio de la competencia de los alrededores se crea un producto ecológico turístico que diferencie de los demás. Por otro lado un tema a destacar, es que actualmente una de las modalidades de alojamiento que está en auge es el camping, por lo tanto, el producto es para los turistas de paso y otro para los turistas que desean pernoctar en las áreas verdes.

A partir de esta definición, se crea ECOBOLICHE, donde el producto se enfoca a familias de clase media que desean pasar un día de campo o acampada nocturna, a un costo adecuado y asegurando una experiencia diferente participando en una educación ambiental, costumbres y tradiciones propias de esta comunidad.

PALABRAS CLAVES: Producto turístico, sustentabilidad, localidad, educación ambiental, ECOBOLICHE.

ABSTRACT

Based on research conducted at tourist area is determined that the development of an environmentally friendly product for the National Recreation Area The Bowling is optimal apart that there is great support from the authorities in the promotion of protected areas and the rehabilitation of Ecuador Railways .

As a study of the competition around an ecological tourist product apart from others is created. On the other hand an issue of note is currently one of the types of accommodation that is booming is camping , therefore , the product is to passing tourists and another for tourists who wish to stay in the green areas .

From this definition, ECOBOLICHE where the product to middle class families who want to spend a picnic or overnight camping is focused at an appropriate cost, ensuring a different experience participating in environmental education , customs and traditions is created of this community.

KEYWORDS : Tourism product , sustainability, locality , environmental education, ECOBOLICHE

INTRODUCCIÓN

La investigación se enfoca al desarrollo de un producto ecológico turístico para el Área Nacional de Recreación El Boliche en vista que ha sido uno de los sitios de mayor interés para el turista nacional, desde que han sido rehabilitados los Ferrocarriles del Ecuador y promocionados por parte de Ministerio del Ambiente y Ministerio de Turismo.

Al realizar un análisis del entorno del ANRB se determinó la competencia existente alrededor del área, definiendo los involucrados y a partir de ello se desarrolló un levantamiento de información que identificó las características sociales y económicas de la comunidad de Romerillos, la calidad de los servicios, vías e infraestructura, además del grado de participación de la comunidad de Romerillos en las actividades turísticas, determinando que existen serias falencias en todos los ámbitos que no contribuyen a consolidar al área como un referente en materia de turismo y excursionismo; obligando a la población a buscar otra opción de ingresos como la producción agrícola.

Para entender el comportamiento de la demanda se realizaron encuestas a los turistas nacionales y extranjeros, las mismas que mostraron una predisposición de los visitantes a adquirir un producto turístico ecológico con el sistema todo incluido (alimentación, hospedaje, educación ambiental y recreación), con un presupuesto promedio entre los 25 y 50 dólares por día.

Teniendo en consideración estos resultados, se desarrolla el producto ecológico con el fin de generar ingresos tanto para el Estado como para la localidad asegurando la sustentabilidad en la zona. Además se brindará una mejor opción de esparcimiento al turista, aprovechando el recurso que nos brinda el área a través de una inolvidable experiencia de aprendizaje, destacando la importancia de respetar a la naturaleza.

En materia de promoción del producto, se realizó un estudio de las características de los consumidores, por lo que se tomó en cuenta algunas variables como localidad, edad, ingresos y clase social, a fin de definir los servicios que ofrecerá este producto turístico, aquí se evidencia que existe mayor número de turistas nacionales y de clase media por lo que al desarrollar el producto se toma en cuenta estos parámetros.

El inconveniente relacionado con la participación de la comunidad en las actividades turísticas se plantea la participación de los pobladores en los servicios de guianza al turista, actividades de recreación como la danza folklórica, y la participación en el emprendimiento asociado al ato de camélidos.

Cabe indicar que en el desarrollo de la presente tesis, se presentó inconvenientes por parte de los pobladores ya que exponen que no hay un acuerdo mutuo entre la empresa que actualmente está a cargo del restaurant; siendo que la empresa expone que no hay interés por parte de los pobladores en desarrollar planes conjuntos, en tal sentido se propuso estrategias y proyectos para establecer acuerdos entre ambas partes y así puedan brindar un servicio turístico integral.

Otro inconveniente fue el escaso número de actividades recreacionales a realizarse en el Área Nacional de Recreación El Boliche; por lo que se presenta en el desarrollo del producto ecológico turístico una variedad de dinámicas que se puede realizar al turista.

En lo que respecta a la metodología implementada en la presente tesis, la más adecuada fue la investigación cualitativa donde se realiza la entrevista a los involucrados (Administrador del Área Recreacional El Boliche, Representante de la Empresa Waponni, Presidente de la comunidad), con esto nos permitió conocer el comportamiento de consumo del turista nacional respecto de la visita a la zona así como también la participación de los involucrados en la oferta turística; la siguiente investigación a realizarse fue la cuantitativa en esta se realizó las entrevistas a los turistas que visitaban el área donde se determino que el turista está de acuerdo del desarrollo de un producto turístico ecológico para la zona.

En conclusión, el aporte al fomento del turismo ecológico esta de manifiesto en la propuesta, que consolida un modelo para el fomento de la relación entre los involucrados en el sistema turístico del ANRB.

CAPÍTULO I

1. Análisis del macroambiente

El presente capítulo hace referencia al entorno externo de la actividad turística nacional y mundial, estableciendo cuáles son los factores políticos, económicos, sociales, culturales, tecnológicos y ambientales que afectan a esta actividad.

1.1 Turismo receptor a nivel mundial.

El Turismo a nivel mundial tiene como grandes receptores a Europa con el 50,7% del total de turistas que se movilizan en el mundo, seguido por Asia Pacífico con el 21,7% y por América con el 15,9%; de este último se destaca la región Norte con el 10,5% y en menor medida América del Sur con el 2,5%. Finalmente a nivel mundial, se destacan regiones como África con el 5,3% del total de turistas recibidos y Oriente Medio con el 6,4%. (Ministerio de Turismo, 2012, pág. 4)

Tabla 1. Distribución de los receptores de turistas internacionales por región Año 2010

	Cuota de mercado (%)
MUNDO	100
Economías avanzadas 1	53,0
Economías emergentes 1	47,0
Por regiones de la OMT:	
Europa	50,7
Europa del Norte	6,2
Europa Occidental	16,4
Eur. Central/Oriental	10,1
Eur. Meridional/Medit	18,1
Asia y el Pacífico	21,7
Asia del Nordeste	11,9
Asia del Sudeste	7,4
Oceanía	1,2
Asia Meridional	1,2
Américas	15,9
América del Norte	10,5
El Caribe	2,1
América Central	0,8
América del Sur	2,5
África	5,3
África del Norte	2,0
África Subsahariana	3,3
Oriente Medio	6,4

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2012, pág. 4)

Elaborado por: Ericka Muñoz

El turismo a nivel mundial generó al año 2010 un total de 1.160 miles de millones de dólares por concepto de recepción de turistas en las economías avanzadas, mientras que en economías emergentes, como la del Ecuador, se cuantifica un total de 770 miles de millones de dólares. (Ministerio de Turismo, 2012, pág. 4)

1.2 Turismo en el Ecuador.

1.2.1 Entorno del turismo a nivel nacional.

En los últimos años el Gobierno ecuatoriano se ha enfocado en promocionar los sitios turísticos que ofrece nuestro país, para así lograr un incremento en el turismo y potenciar el sector como un generador de ingresos para la economía. La tendencia más reciente en lo que a recepción de turistas, se refiere muestra al Ecuador como uno de los más importantes paraísos de retiro del mundo en el 2012, en especial para turistas de edades avanzadas que buscan lugares apacibles, confortables y de descanso. (Revista International Living, 2012).

Tabla 2. Ingreso de turistas extranjeros al Ecuador Periodo 2008 - 2011

MES	2008	2009	2010	2011
ENE	92.378	86.544	96.109	105.541
FEB	74.174	72.742	89.924	86.424
MAR	77.946	72.226	82.452	87.486
ABR	67.557	72.910	70.540	87.509
MAY	74.667	70.277	77.618	82.811
JUN	89.262	89.889	91.602	99.944
JUL	109.250	102.571	110.545	117.997
AGO	96.336	87.221	95.219	98.987
SEP	73.757	68.124	71.776	80.083
OCT	79.814	77.960	83.701	88.338
NOV	83.458	76.965	81.253	92.566
DIC	86.698	91.070	96.359	113.292
TOTAL	1.005.297	968.499	1.047.098	1.140.978

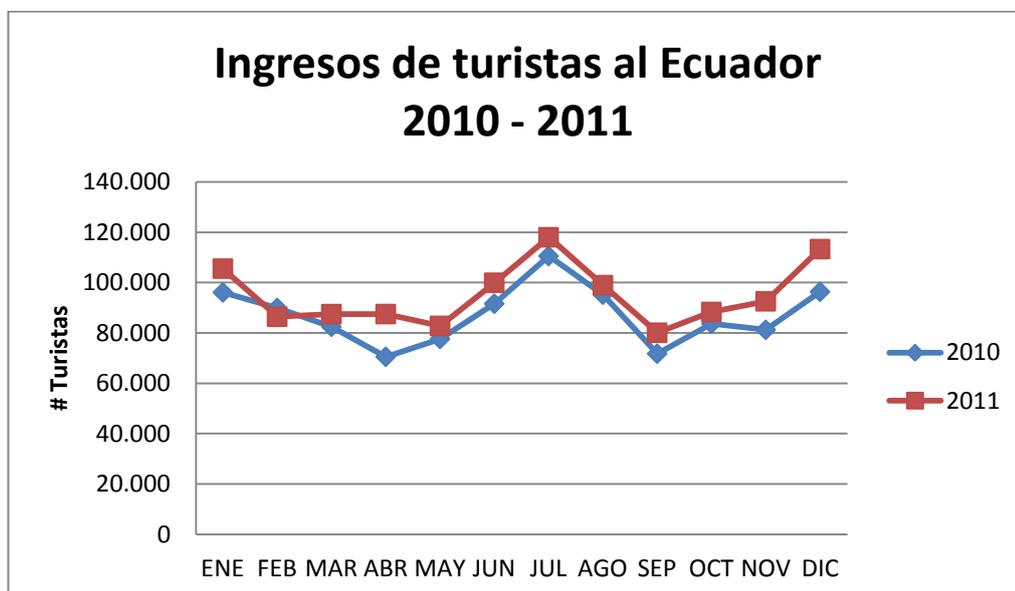
Fuente: (Ministerio de Turismo, 2012, pág. 5)

Elaborado por: Ericka Muñoz

Analizando las cifras de ingresos de turistas al país se puede observar un pleno crecimiento, salvo el año 2009 que muestra una contracción producto de la crisis mundial, la tendencia ha sido al incremento de turistas que ingresan al país. En el año 2010 existió un ingreso de 1.047.098 turistas cifra que aumenta en un 8,96%

para el año 2011, registrándose en total 1.140.978 visitantes al país. Esto muestra que se está alcanzando el objetivo de desarrollo del turismo nacional como un medio de ingreso importante para mejorar el nivel de vida de la sociedad.

Gráfico 1. Ingreso de turistas extranjeros al Ecuador Periodo 2008 - 2011



Fuente: (Ministerio de Turismo, 2012, pág. 5)

Elaborado por: Ericka Muñoz

En cuanto al control migratorio medidor del ingreso de personas a través de medios de transporte terrestre los datos del Ministerio de Turismo (2012), muestran que al mes de junio del presente año existió un incremento de llegadas de extranjeros, que coincide con la temporada de vacaciones, el ingreso se da mayormente por las fronteras de Perú y Colombia.

1.2.2 Entorno económico del turismo nacional.

El turismo ecuatoriano ha ido incrementando sus ingresos durante estos últimos años. La inversión en redes vial y de comunicaciones ha sido considerable; así como, la promoción del Ecuador como destino turístico; a pesar de ello lo invertido supera a los ingresos generados por el sector, las estadísticas muestran que en el año 2010 existió un déficit de -76,06 millones de dólares respecto de ingresos y egresos en la actividad turística, cifra que para el año 2011 se incrementó a - 93.20 millones de dólares hasta el tercer trimestre (Ministerio de Turismo, 2012, pág. 7). Aunque los ingresos han aumentado en los últimos cinco años el balance aun se muestra negativo, situación que tiene que revertirse y equilibrar la balanza de

ingreso y egreso de divisas generadas para consolidar el modelo de desarrollo sostenible y sustentable que busca la actividad turística moderna.

Tabla 3. Ingresos de divisas generadas por el Turismo para el Ecuador Periodo 2010 – 2011

Trimestres	2010		
	Total de ingresos de divisas (a)	Total de egresos de divisas (b)	SALDO c = (a - b)
I trimestre	189,1	209,0	-19,9
II trimestre	194,7	219,6	-24,9
III trimestre	199,9	218,6	-18,7
IV trimestre	203,0	215,3	-12,3
TOTAL	786,5	862,5	-76,0

Trimestres	2011		
	Total de ingresos de divisas (a)	Total de egresos de divisas (b)	SALDO c = (a - b)
I trimestre	200,8	229,4	-28,6
II trimestre	199,3	241,1	-41,8
III trimestre	217,1	239,9	-22,8
Sub total	617,2	710,4	-93,2

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2012, pág. 7)

Elaborado por: Ericka Muñoz

La actividad turística a pesar de poseer innumerables zonas de gran atractivo en todas las regiones del país, no ha logrado ocupar el primer puesto en la generación de ingresos para la economía nacional, según el Ministerio de Turismo (2012), al año 2010 el sector ocupó el cuarto renglón de divisas del Ecuador, con un monto de 583,7 millones de dólares, para el año 2011 baja dos puestos en la clasificación económica ocupando el sexto lugar con un monto de 617.2 millones de dólares. Esto muestra que a pesar del incremento en el número de turistas que ingresaron al país, existen sectores con mayor generación de ingresos para la economía como son el petrolero, bananero, camaronero y el de producción de otros derivados de productos marinos. La tabla 4 expone la posición del sector turístico antes descrita.

Tabla 4. Posición del sector turístico nacional en la economía ecuatoriana

Años/trim	* Turismo	Petróleo crudo	Banano y Plátano	Camarón	Derivados Petróleo	Otros elab. Prod. Mar	Manufact. De metales	Flores Naturales
2010	199,9	2.059,8	445,3	216,3	170,6	143,4	221,4	125,3
UBICACIÓN	5	1	2	4	6	7	3	8
2011	217,1	2.538,8	486,4	293,2	395,6	259,1	164,5	144,3
UBICACIÓN	6	1	2	4	3	5	7	8

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2012)

Elaborado por: Ericka Muñoz

1.2.2.1 Infraestructura Turística Nacional.

La infraestructura turística nacional ha ido incrementando su número y capacidad en los últimos años, según del Ministerio de Turismo (2012), las estadísticas muestran un crecimiento importante en especial de intermediarios comerciales, la tabla 5 muestra el número de establecimientos según actividad y tipo relacionados con el sector.

Tabla 5. Infraestructura Turística Nacional

ACTIVIDAD	CLASE/TIPO	2005	2006	2007	2008	2009
Alojamiento	Alojamiento hotelero	3.077	3.058	3.213	3.399	3.615
Servicio de alimentos y bebidas	N/A	8.109	8.120	8.898	10.299	11.089
Transportación	Total Transporte	395	396	416	377	363
	Transporte terrestre	224	225	230	194	184
	Transporte fluvial y marítimo	103	103	107	103	103
	Transporte aéreo	68	68	79	80	76
Operación	Agencia de viajes operadoras	374	440	507	547	566
Intermediación	Agencia de viajes internacionales , mayoristas	770	778	757	794	737
	Centros de convenciones ,salas de recepciones y banquetes				102	101
Casinos, salas de juegos (bingos) hipódromos y parques	N/A	639	642	609		
Recreación	N/A	69	69	67		
Total		13.506	13.503	14.467	15.700	16.660

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2009)

Elaborado por: Ericka Muñoz

1.2.2.2 Alojamiento.

Debido al crecimiento de visitantes nacionales e internacionales, ha existido la necesidad de incrementar la infraestructura en las diferentes provincias del Ecuador, el objetivo es brindar un mejor servicio y comodidad al visitante. Se puede observar en la tabla 5 para el año 2005 se cuantifican 3.077 alojamientos hoteleros a nivel nacional cifra que se incrementa al año 2009 llegando a 3.615 alojamientos, esto indica que existe una mejor planificación en la distribución de alojamientos de acuerdo al porcentaje de turistas. (Ver Tabla 5)

1.2.2.3 Servicios de alimentación.

Dentro del turismo cultural es fundamental la gastronomía, ya que es una mezcla entre la tradición de sus antiguos pobladores y las culturas, en cada región de nuestro país se puede encontrar variedad de platos típicos, donde es una atracción para el turista ya sea nacional como internacional, por tal razón las estadísticas muestran un aumento de los establecimientos de servicios de alimentos. En el año 2009 se muestra una cifra de 11.089 establecimientos a nivel nacional en comparación con el año 2005 eran apenas 8.109 establecimientos.

1.2.2.4 Transporte.

El sistema de transporte en el Ecuador se encuentra desorganizado, la falta de infraestructura y conexiones viales secundarias óptimas no permite consolidar el modelo de gestión de transporte propuesto por el Gobierno. La planificación del transporte del Ecuador ha sido caracterizada por la separación, tanto operativa como normativa en cada una de sus modalidades (terrestre, aérea, marítima); por tal razón no se ha podido llegar a consolidar una integración de un único sistema nacional de transporte. (Vilema, 2009).

En lo que respecta a estadísticas del sector relacionadas al turismo, se observa que en el año 2005 existió un total de 224 empresas de transporte de pasajeros dedicadas a la actividad turística, cifra que tiene a reducirse para el año 2009 a 184 compañías. El transporte marítimo ha ido mejorando su infraestructura, a pesar de tener las cuatro autoridades portuarias (Esmeraldas, Guayaquil, Manta y Pto. Bolívar) y con alto flujo de movimiento de carga; se puede observar que la cifra de transportes se mantiene con 103 desde el año 2005 hasta el 2009, con una variable en el año 2007 que obtuvo el número de 107.

Haciendo referencia al transporte aéreo, se destacan como aeropuertos principales los que se encuentran en las ciudades de Guayaquil y Quito; ambos que concentran las operaciones de al menos 76 empresas registradas en el 2009, cifra menor al 2008 donde se tiene estadísticas de 80 compañías; esto quiere decir que existió una reducción en lo que respecta a este tipo de compañías producto del cierre de varias de ellas o la fusión.

Entre los tres tipos de transportes (terrestre, marítimo, aéreo) que ofrece el sector turístico para el año 2009; se muestra que el mayor número en el transporte terrestre es de 184 empresas, seguido se encuentra el transporte marítimo con un número de 103 organizaciones, y como último lugar, el transporte aéreo con 76 compañías.

1.2.2.5 Agencia de viajes internacionales, mayoristas.

Durante muchos años las agencias de viajes operadoras han sido canales de distribución entre las aerolíneas y la agencia de viajes intermediarias, por tal motivo han sido negocios con alto margen de utilidad que tienen incentivos como bonos en efectivo, comisiones, y premios. La infraestructura del sector en lo que a intermediarios se refiere tiene una tendencia al crecimiento, al año 2005 se registraron un total de 374 Operadoras de Turismo, hasta el 2009 la cifra se incremento aceleradamente llegando a 566 empresas. Esto evidencia que la evolución positiva del sector impacta en los negocios relacionados con el turismo.

Por el contrario, en lo que respecta a las Agencias de viajes, ha existido un cambio en el mercado. Las aerolíneas ya no ofrecen los mismos beneficios, obligándolas a buscar otras alternativas de ingresos o a su vez optar por el cierre del negocio. Las estadísticas del Ministerio de Turismo muestran que en el 2005 existían en el Ecuador un total de 770 agencias de viajes, cifra que se redujo a 737 al año 2009.

1.2.2.6 Centros de Convenciones.

Las estadísticas muestran que los Centros de convenciones y salas de recepciones, no han evidenciado un crecimiento ni disminución importantes, al año 2008 se registran 102 centros, en el año 2009 la cifra expone un total de 101 establecimientos.

Durante muchos años los casinos se constituyeron en actividades complementarias de recreación y diversión para el turismo, dentro de los ingresos de divisas del turismo fue una de las actividades más lucrativas e importantes de la economía, así mismo una generación de empleos en el Ecuador. Entre el año 2008 y 2009 se registraron 189 establecimientos dedicados a esta actividad. En la actualidad, como resultado de consulta popular, el Gobierno ecuatoriano ha determinado el cierre de estos establecimientos, motivados en que su operación causa efectos

negativos para las personas generando malos hábitos, vicios y mafias alrededor de este negocio.

A continuación se muestra un extracto publicado por el Diario Hoy respecto del funcionamiento de casinos en el país: “El mandatario enfatizó que el objetivo es crear ‘un ambiente más sano’ para los jóvenes y evitar que por ‘el vicio del juego’ un padre de familia pierda su salario”. (DIARIO HOY, 2011)

1.2.2.7 Recreación.

En la tabla se muestra que para el año 2005 existen 639 centros de recreación y para el año 2009 hay 609 centros de recreación.

En conclusión, sobre los establecimientos turísticos registrados por el Ministerio de Turismo podemos observar que en los años 2005 y 2006 existe un decremento, pero a partir del 2007 se incrementa el número de establecimientos con una cifra de 14.467 y para el año 2009 con la cifra 16.660, con esto se puede comprobar que existido un aumento de turistas hacia el Ecuador.

1.2.3 Entorno legal y político.

El entorno político y legal está marcado por la redacción y aplicación de una nueva constitución, y de un sin número de nuevas leyes que discutidas por la asamblea tienen como fin mejorar el nivel de vida de los ecuatorianos. En materia del sector turístico es resaltable el proyecto de nueva ley de turismo que busca entre otras cosas desarrollar y promover adecuadamente la industria turística, estableciendo las normas para garantizar una actividad sustentable y sostenible, además de asegurar la participación de los sectores involucrados tanto públicos como privados. A continuación se muestra extractos de la nueva ley resumiendo lo más relevante:

“Art. 1.- Declaratoria de interés nacional.- se establece que como interés Nacional el desarrollo de las de actividades turísticas en el Ecuador, y que estará orientada a mejorar la calidad de vida de la población y satisfacción de la demanda turística orientado a un Plan del Buen Vivir.

Art. 2.- Objeto de la Ley.- Se difundirá el Proyecto de Ley Orgánica de Turismo a través de la promoción, desarrollo, y regulación del sector turístico; para lo cual tiene varios principios.

Art. 3.- Principios de actividad Turística.- En este art. se establece varios principios, los cuales se resume a continuación:

- **El turismo sostenible:** forma parte del Proyecto de la Ley Orgánica, por lo que se debe planificar de una manera óptima con el fin de potenciar el desarrollo integral y exista los beneficios equitativos tanto para el sector, público, privado y la población.
Dentro del Proyecto de Ley Orgánica de Turismo, tiene como uno de sus principios la coordinación de los actores involucrados público, privado y comunidades ; y así lograr la reducción de pobreza, mayor conservación de patrimonio natural y cultural ,por lo que se logra una satisfacción para el visitante.
- **Productividad.**-El turismo al ser unos de los principales generadores de ingresos en el Ecuador, es importante mejorar su competitividad para esto se necesita lograr cambios en su estructura, fortalecer a las microempresas dedicadas al turismo.
- **Descentralización.**-Los organismos descentralizados deberán ser facilitadores para la implementación de nuevas estrategias para incentivar el turismo, incentivando a otros actores para su implementación.
- **Calidad.**- El Estado ecuatoriano está logrando la coordinación permanente entre los diferentes actores involucrados para poder ofrecer un servicio de calidad; así como también la información que se les proporciona al turista debe ser fidedigna y confiable.
- **Seguridad.**- Aquí se enfoca la seguridad tanto al sector turístico privado y comunitario así como también el turista nacional e internacional, donde es fundamental un plan de distribución y refuerzo policial en los destinos turísticos con mayor riesgo de problemas de inseguridad, tanto a nivel nacional como a nivel regional. En temporadas de mayor afluencia turística el refuerzo policial debe facilitar con información de destinos turístico, y dar soporte de auxilio cuando necesite el visitante.
- **Fomento.**- Consiste en determinar un espacio adecuado que conste infraestructura, servicios, y facilidades al turista tanto nacional como extranjero y de esta forma brindar un mejor servicio.
- **Conservación.**- Planificar un manejo adecuado para la conservación de los recursos naturales y culturales y así garantizar la visita de calidad sin deterioro de los recursos.
- **Iniciativa privada.**-Debe existir en el sector privado la participación comunitaria, manteniendo sus costumbres y cultura sin perder su identidad, contribuyendo a la prestación de servicios turística
- **Participación.**-Nuestra ley contempla en la descentralización de los gobiernos, y como principal fuente para la ejecución de políticas son los Gobiernos descentralizados (Municipios y prefecturas)” (Asamblea Nacional, 2012)

La nueva ley crea un Consejo Consultivo que será formado por Organizaciones, Cámaras, Ministerios, y Asociaciones; relacionadas entre sí; algo fundamental es que esté presente el Presidente de FENACAPTUR porque son ellos quienes dan el servicio al turismo primario receptivo como alimentación y hospedaje. Los miembros del Consejo serán:

- Ministro de turismo, quien lo presidirá y tendrá voto dirimente;
- El Ministro de Relaciones Exteriores;
- El Ministro del Ambiente

- El Presidente de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo, FENACAPTUR
- Dos representantes ecuatorianos de las Asociaciones Nacionales DE Turismo legalmente reconocidas y en forma alternativa.
- Un representante de la Asociación de Municipalidades del Ecuador-AME
- Un representante del consorcio de Consejos Provinciales del Ecuador- CONCOPE
- Un representante de la CONAJUPARE;
- Un representante de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador FPTCE

En el artículo 8 del Proyecto de Ley Orgánica de Turismo está inmersa la clasificación de los prestadores de servicios turísticos, en una amplia variedad de servicios que pueden ser prestados a los turistas, que por diversas razones y condiciones son considerados como tales fuera del lugar de su residencia. Esta clasificación es corta con el inmenso potencial de turismo que se puede llegar a establecer. Es necesario recalcar el numeral 7 con el cual por primera vez se hace referencia a los Centros de Turismo Comunitario con un objetivo claro y determinado a una labor comunitaria en pro de un desarrollo sostenible y sustentable para las comunidades que ejerzan esta actividad.

1.2.3.1 Marca país.

Entre los avances políticos en materia de turismo más representativos se puede citar el cambio de la Marca País tanto en su logotipo como en el eslogan, frase que paso de ser “Vida en estado Puro” a “Ama la vida”, la actualización se debió a la búsqueda de un nuevo enfoque con una propuesta que representase al Ecuador en su totalidad, que permita identificar la mega diversidad que ofrece el país, reconocida en sus atractivos, cultura, identidad, gastronomía, entre otros. La nueva marca busca identificar bienes y servicios creados y emprendidos en nuestro país, como un sello de garantía y calidad. La nueva Marca “Ecuador Ama la Vida” por decisión política no es gratuita, se debe solicitar y cancelar una Licencia de Uso de la Marca, en función de un procedimiento de solicitud vía e-mail física, que es evaluada por la Comisión Estratégica de Marcas y en 15 días se emite la resolución aprobando o negando dicha solicitud; luego se suscribe un contrato de licencia de uso de la marca. Para finalizar el diseño donde se aplicará deberá ser aprobado por

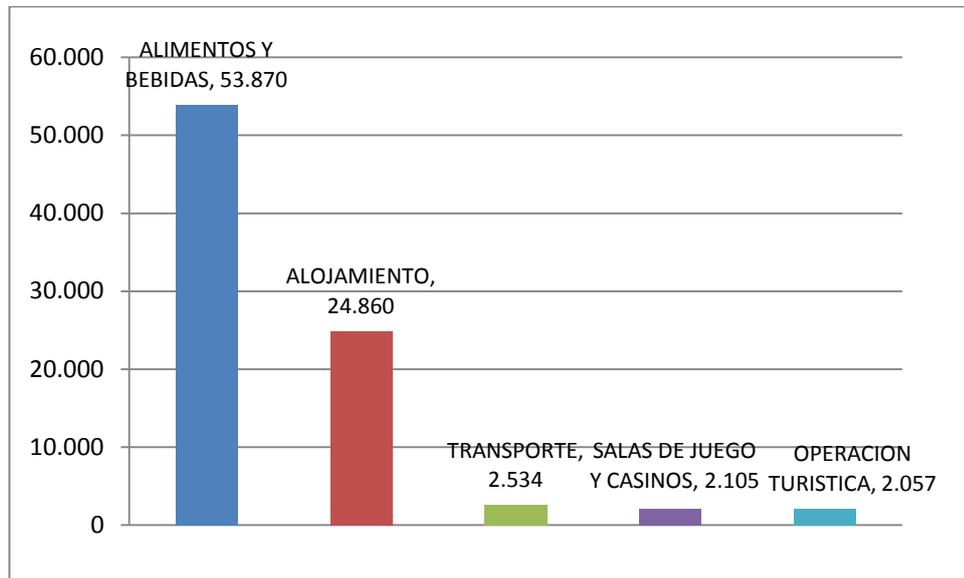
el Secretario Técnico de la estratégica de Marcas de Ministerio de Turismo. El uso sin autorización de la marca país será sancionado con una multa de \$ 1.314 a \$ 13.144 y prisión de tres meses a tres años, o con lo que dispone la Codificación de la Ley de Propiedad Intelectual, publicada el 28 de diciembre del 2006, estas son una de las 8 sanciones que se les impone. (EL UNIVERSO , 2012)

1.2.4 Entorno social y cultural.

La constitución reconoce que el trabajo es un derecho y un deber social, y base de la economía. El trabajo continuado del Gobierno ha permitido que el desempleo descienda ligeramente para el 2012 situándose con el 4, 9% con relación al año 2011 que fue de 5, 1%. Se puede mencionar que a nivel nacional la ciudad que registra más desempleo es la portuaria de Guayaquil donde es de 6,3 %, seguida de la ciudad de Machala 5,9 %, Cuenca 4,7 %, Ambato 4,4 % y Quito 3,7%. (Diario Hoy, 2012)

El sector del turismo ha visto incrementar cada año la cantidad de personas empleadas en el sector, especialmente con el Gobierno Nacional, que ha incentivado la participación de las comunidades y su involucramiento en el desarrollo del turismo nacional con la meta de mejorar el nivel de vida de la población. Según las estadísticas proporcionadas por la Subsecretaría de Planificación del MINTUR (2011), se da a conocer que los establecimientos turísticos están ocupados con 42.098 mujeres y 48.047 hombres, que da un total de 90.145 empleados, registrados en el sector turístico ecuatoriano para el año 2009 última estadística publicada. (El ciudadano, 2011). De acuerdo al mismo reporte, existió un incremento del 6,1 % desde el año 2008 al 2009, en lo que respecta a los establecimientos turísticos registrados, estableciendo una relación directa entre el crecimiento de la infraestructura turística y el número de plazas de empleo.

Gráfico 2. Personal ocupado según actividad turística al año 2009

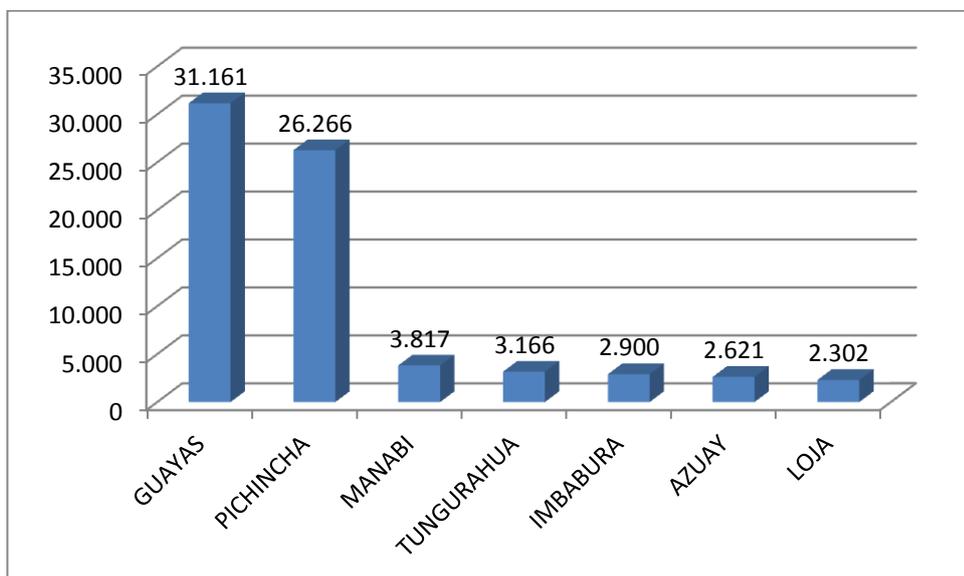


Fuente: (Ministerio de Turismo, 2009)

Elaborado por: Ericka Muñoz

La provincia de mayor concentración de plazas de empleo del sector turístico es la provincia de Guayas, con 31.161 empleados, seguido de Pichincha con 26.266, Manabí con 3.817 y Tungurahua con 3.166 siendo estas las cuatro provincias de mayor concentración de personas dedicadas a esta actividad. Como se observa la provincia de Cotopaxi a la que pertenece el Área Recreacional El Boliche no forma parte de los lugares de mayor desarrollo.

Gráfico 3. Personal ocupado en el sector turístico según provincia



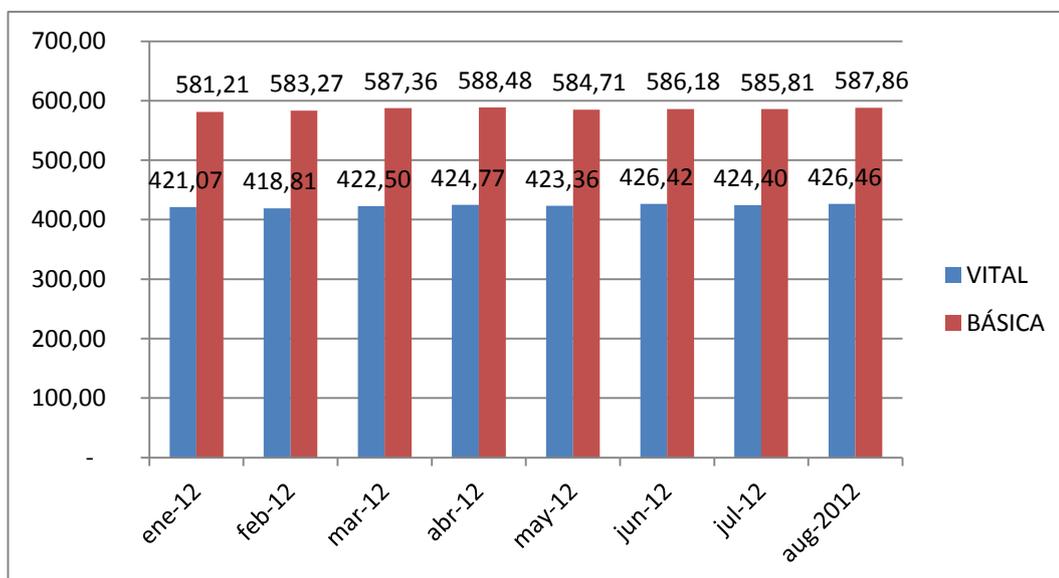
Fuente: (El ciudadano, 2011)

Elaborado por: Ericka Muñoz

El salario básico en el Ecuador es de USD 292,00; y con respecto a la canasta básica familiar y vital se puede observar que algunas familias no logran cubrir los gastos de la canasta familiar básica; según la INEC, en enero del año 2012 la canasta familiar se ubico en USD 583,25 y la canasta vital se encuentra con USD 422,07, además se puede diferenciar que en las diferentes regiones hay una variable en el precio de la canasta; en la ciudad de Cuenca es de USD 597.23 siendo la más cara del país, en comparación con las demás ciudades de la región Sierra donde el valor es de USD 586,48, sin embargo el ingreso de un sueldo básico y el gasto en una canasta familiar o vital afecta globalmente a las economías de algunos sectores en el Ecuador.

En lo que se refiere al sector del turismo, afecta a los turistas internos, debido a que las familias prefieren cubrir gastos de primera necesidad, antes que destinar dinero para actividades de turismo o distracción en viajes internos o externos. Es así que, la reducción del poder económico de la población, afecta a los ingresos de las comunidades y lugares turísticos, llegando en varios casos a incrementar las tasa de desempleo. (Diario Hoy , 2012)

Gráfico 4. Canasta vital y Canasta básica familiar



Fuente: (INEC, 2012)

Elaborado por: Ericka Muñoz

En cuanto a la dimensión cultural, la tendencia de la demanda turística según la OMT (2012) existió un incremento del 2% de llegadas internacionales de turistas,

pero aun así no se logro superar a los anteriores años debido a la crisis económica financiera. La tendencia de visita esta marcado por turistas alemanes, estadounidenses, ingleses y franceses, los destinos más visitados e importantes son Francia, en segundo lugar España y en tercer lugar Estados Unidos. A nivel de América Latina el comportamiento del consumidor lo lleva a visitar países como México, Brasil y Argentina, Chile que supera en llegadas de turistas a Costa Rica, Perú y Ecuador. La tendencia se mantiene hacia la visita a lugares históricos, ecológicos, culturales y playas y sol.

El comportamiento del turismo receptivo en el Ecuador muestra al país como el séptimo destino en América Latina de un total de diez países, y de acuerdo a los ingresos en el octavo puesto, esto define un poco efectiva promoción de los atractivos turísticos nacionales y un limitado desarrollo en cuanto a posicionamiento de la marca ecuatoriana a pesar de tener una megadiversidad. En los últimos años el Estado ha tomado interés para la promoción de nuestro país a nivel mundial y se espera que las estadísticas nacionales mejoren en el futuro.

El Plan de Marketing Turístico del Ecuador PIMTE 2014 para el Turismo Interno, el comportamiento local muestra una fuerte tendencia a la visita de lugares de sol y playa, seguida de lugares de ecoturismo o reservas; ante esto se han diseñado varias rutas turísticas que buscan mejorar la experiencia de los turistas nacionales y extranjeros, entre las más relevantes están: La ruta del Espóndilus, La ruta del Sol y La Ruta de los Volcanes. La visión 2014 de PIMTE, busca lograr las siguientes dimensiones para el Ecuador:

- Que sea un país fácil de recorrer.
- Un Multi-destino ideal para familias, amigos, multi-generacional y para disfrutar todo el año.
- Destino para el Buen Vivir, socialmente incluyente, participativo y comprometido con el turismo accesible.

Los objetivos del PIMTE, se enfocan en el aumento de volumen de visitantes internos. De acuerdo a las siguientes metas:

- Estimación de viajes internos sobre tráfico doméstico aéreo tuvimos para el 2007 2.065.602 y lo que se desea lograr alcanzar para el año 2014 es 5.293.429.

- Tráfico terrestre tenemos 6.166.766 para el año 2007 y lo que se desea alcanzar es 10.130.625
- Visitantes nacionales en áreas naturales para el año 2007 tenemos 309.302 y lo que se estima para el año 2014 es 495.109.
- Viajes turísticos internos para el año 2007 tenemos el valor 1.588.243 y o que se estima para el año 2014 es 1.820.417

1.2.5 Entorno Tecnológico.

En la actualidad la población, tiene acceso a una variedad de información a través del internet y otras tecnologías, por lo que este es una nueva tendencia que beneficia al turismo a nivel mundial por medio de las páginas web, en lo que se refiere al mercado del turismo AMADEUS ECUADOR, proveedor de tecnología y distribución para la industria del viaje, muestra de acuerdo al estudio realizado , que en el turismo existe tendencias y una de ellas es la generación donde ahora el 33 % se encuentran conectados en el internet realizando consultas sobre turismo, la segunda tendencia son los nuevos servicios adicionales que ofrecen las agencias de viajes y aerolíneas entre estas se encuentra los que es lugares de entretenimiento, alquiler de vehículos , cenas que podría representar hasta el 35% de los ingresos de las aerolíneas en el futuro. (Diario Hoy, 2012)

En el estudio también muestra que el gran número de pasajeros son mayores adultos que tienen mayor poder adquisitivo y son personas que se encuentran jubiladas y disfrutan de un viaje a diferentes sitios, por eso un 60% de este segmento prefieren comprar los paquetes turísticos que tienen estadía más de un día y su principal medio de compra es el internet.

Adicionalmente cabe mencionar que la nueva tendencia de los establecimientos de turismo se concentran en el diseño de portales web y que tenga el acceso para realizar facturación on line de tickets aéreos, consultas sobre el viaje, que se considera un valor agregado que tiene cada aerolínea y operadoras turísticas, por otro lado la nueva evolución de las redes sociales como facebook contribuye de mejor manera a la promoción de destinos turísticos y así lograr optimizar tiempo y costos para los demandantes. El avance tecnológico puede convertirse en una amenaza en cuanto a la seguridad para el usuario al realizar transacciones, más si

estas tienen que ver con pagos on line, registros de datos, destinos y demás información que deben proporcionar los turistas por este medio. (Diario Hoy, 2012)

1.2.6 Entorno ambiental.

En la actualidad el tema ambiental es una de las prioridades que se toma en consideración para el desarrollo de un proyecto, y que debe regirse a la Ley correspondiente, con el objeto de prevenir, limitar y evitar actividades que generen efectos negativos para el medio ambiente y los recursos naturales.

En la Constitución Política del Ecuador y en la Ley de Medio Ambiente, se definen nuevos mecanismos para fomentar la participación social y que se transmitan las iniciativas de la ciudadanía, para fortalecer la aplicación de un proceso de conciencia ambiental y disminuir los riesgos de impacto del turismo en la naturaleza, trabajando conjuntamente con las entidades sociales y territoriales. Además se busca realizar campañas de sensibilización ambiental por los medios de comunicación, talleres de información, socialización ambiental; así como también, exigir la aplicación de normas técnicas de calidad de productos para cualquier obra y proyecto propuesto.

Finalmente, dependiendo de la actividad a desarrollar se prevé que las personas deban cumplir con los permisos de licencia ambiental, obtención de estudio de impacto, auditoría, entre otras. Al existir incumplimiento de los reglamentos las personas estarán sujetas a sanciones lo que establece la Ley. Una adecuada aplicación de las normas y reglamentos es un beneficio para al sector turístico ya que se permite la conservación de los lugares turísticos y concientización para las comunidades. (GOBIERNO DE PICHINCHA, 2012)

Con respecto al Área Recreacional el Boliche debe existir la participación social la cual debe estar involucrada las instituciones del Estado, la ciudadanía o comunidad, y el promotor o interesado a realizar la actividad o proyecto, por lo que se debe transmitir a la comunidad una información clara, y veraz, ya que al contar con los criterios de la comunidad se logra un trabajo conjuntamente, fortaleciendo una aplicación de un proceso de evaluación de impacto ambiental garantizando el respeto al derecho colectivo de todo habitante a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado y libre de contaminación (Reglamento de participación establecido en la Ley de Gestión Ambiental, 2008).

1.3 Competidores.

Los competidores se constituyen en las reservas o destinos turísticos cercanos al Área de Recreación El Boliche y, que ofertan servicios de alojamiento, alimentación y recreación similares. En un análisis realizado previa observación y en conjunto con los comuneros se han identificado los siguientes:

1.3.1 Refugio de Vida Silvestre Pasochoa.

Se encuentra ubicado a 45 km sudeste de Quito, su extensión es de 500 hectáreas, con un clima que varía de 10°C a 15°C en las laderas y de 3°C a 9°C en el páramo. Debido a sus ecosistemas se puede encontrar una gran variedad de aves entre ellas la de mayor relevancia es el colibrí. (Ministerio de Turismo, 2010)

Debido al difícil acceso a la zona, no se ha realizado explotación de las tierras para la producción agropecuaria, lo que ha contribuido a mantener el ecosistema, pudiendo apreciarse animales y plantas; entre ellos: conejos, lobos de paramo, cervicabras, murciélagos, entre otros. (Ministerio de Turismo, 2010)

Además, se menciona que en la capa de ceniza que cubre los flancos del Pasochoa, crecen plantas medicinales, exóticas orquídeas y la nativa palma de cera, que es muy utilizada para la confección de adornos de la semana santa. (Ministerio de Turismo, 2010)

El Refugio, es muy frecuentado por turistas que disfrutan de las caminatas y la naturaleza, ofrece facilidades para acampar, dos albergues para 10 personas y una facilidad para observar fauna nocturna por medio de excursiones, también se encuentra un centro de educación ambiental, que muestra programas educativos. El atractivo más relevante de este lugar son los seis senderos donde se puede observar paisajes, aves y plantas nativas. (Ministerio de Turismo, 2010).

1.3.1.1 Atracciones.

- **Senderos**

Las opciones que tiene el turista para recorrer los senderos son (Ministerio de Turismo, 2010):

1. Del colibrí, duración 30 min
2. Amiga Naturaleza, duración 30 min
3. Bosque para todos, duración 30 min
4. Mayaguayacu, duración 30 min
5. Palma de Cera, duración 30 min
6. Los Pantzas, duración 30 min

- **Recorridos nocturnos**

El refugio ofrece la posibilidad de realizar excursiones durante la noche para observar la fauna nocturna. (Ministerio de Turismo, 2010)

- **Observación de aves**

La mayor atracción del Pasochoa, con 126 especies de aves, 14 de las cuales son colibríes. (Ministerio de Turismo, 2010)

- **Centro de Educación Ambiental**

Dedicado a programas educativos de cuidado ambiental, ecología y vulcanología. Ofrece información y guías para los visitantes. Está abierto todos los días. (Ministerio de Turismo, 2010)

1.3.2 Reserva Ecológica Ilinizas.

Se encuentra localizada en la provincia de Pichincha y provincia de Cotopaxi, la Reserva Ecológica Ilinizas, está constituida por 149.000 hectáreas con presencia de flora y fauna importante así como de fuentes hídricas de relevancia.

Es resaltable los paisajes que se ofrecen en las dos montañas. De acuerdo a la descripción del Ministerio de Turismo (2010) las Reserva está compuesta por “el Iliniza Norte que es el pico más pequeño y accesible de esta reserva y el Iliniza Sur es exigente y severo, que demanda de mayor técnica, práctica, paciencia y equipo especial para su ascenso” (Ministerio de Turismo, 2010).

En el sur de la reserva, se presenta la Laguna de Quilotoa, que se encuentra en el fondo del cráter de un volcán activo, en este lugar los turistas pueden realizar paseos, conocer sobre la flora de la zona y luego visitar ferias de comercio en ciudades cercanas como Pujilí y Saquisilí, renombradas por sus tejidos y cerámicas. (Ministerio de Turismo, 2010)

1.3.2.1 Atracciones turísticas.

Las atracciones turísticas en la Reserva Ecológica Los Ilinizas (Ministerio de Turismo, 2010):

- **Los Ilinizas**

Desde la población de El Chaupi se llega hasta el refugio. Desde aquí se puede acceder a los dos picos: Norte (5 016 msnm) y Sur (5 266 msnm). La vista desde ambas cumbres es espectacular. (Ministerio de Turismo, 2010)

- **Laguna de Quilotoa**

Un cuerpo de agua de más de tres kilómetros cuadrados dentro del cráter del volcán Quilotoa. Hay varias opciones de alimentación, hospedaje y visitas guiadas. (Ministerio de Turismo, 2010)

- **Chugchilán-Sigchos**

Dos pequeñas y atractivas poblaciones, de donde nacen varios senderos que se internan en la reserva. Se recomienda conseguir guías locales para explorar esta zona andina y subtropical. (Ministerio de Turismo, 2010)

- **Zarapullo**

Ubicado al noroccidente de la reserva, es un mirador natural con vista a los bosques subtropicales hacia el occidente y de las cumbres de la cordillera de los Andes, hacia el este. (Ministerio de Turismo, 2010)

- **Pangua**

Desde los poblados de Pucayacu y Pangua inician caminatas por senderos que se internan en la selva. La compañía de guías locales es necesaria. (Ministerio de Turismo, 2010)

1.3.3 Parque Nacional Cotopaxi.

Se encuentra localizado entre las provincia de Pichincha y Cotopaxi tiene una extensión de 33.400 hectáreas, considerado el volcán activo más alto del mundo, con 5897 metros de altura, se ha convertido en un atractivos muy importante en el país. Es un excelente destino para escaladores o personas que gustan de la montaña y de dar paseos en la naturaleza. (Empresa Publica Metropolitana de Quito, 2012)

1.3.3.1 Atracciones turísticas.

Las actividades más relevantes que se pueden realizar en el Parque son:

- **Escalada del Volcán**
Escalar al Volcán Cotopaxi se lo puede realizar durante todo el año, lo puede realizar todo tipo de personas no es necesario que sea un escalador profesional, solo se necesita un buen estado físico
- **Limpiopungo**
Lagunas con características de aguas oscuras y poco profundas, que atrae gran variedad de aves acuáticas y migratorias.
- **Lagos de Caja**
Se encuentra al sureste del parque y es un lugar muy llamativo porque está conformado por 15 lagunas permanentes y pequeñas.
- **Volcán Rumiñahui**
Es un volcán extinto (4 722 msnm) y se encuentra al noroccidente del parque, y se puede realizar una maravillosa aventura donde se incluye escalada en roca,
- **Pucará del Salitre**
Se observa los muros como restos de una fortaleza militar inca. (Ministerio de Turismo, 2010)

1.4 Proveedores

En cuanto a proveedores de servicios turísticos, según los comuneros de la zona se pueden definir los siguientes:

1.4.1 Transporte.

La entrada al Área Recreacional El Boliche es difícil, se encuentra en la Av. Panamericana donde pasan buses de algunas cooperativas, pero no ingresan al área; sin embargo, Boliche Tours, única empresa operadora de turismo de la zona ofrece servicio para transportar al turista hasta el lugar de visita, esta empresa se encuentra localizada en la comunidad San Bartolomé de Romerillos y se concentra en fomentar la promoción del destino a turistas nacionales y extranjeros.

Otra opción para acceder al área es el Ferrocarril del Ecuador, que sale desde la Estación de Chimbacalle al sur de Quito, recorre y realiza paradas en algunos puntos turísticos donde desembarcan turistas, hasta llegar al Área Recreacional El Boliche donde realizan una parada de dos horas y media.

Finalmente, la propuesta de acceso al lugar es por medio de vehículo propio o de transporte alquilado, tomando en cuenta las precauciones para un camino en mal estado.

1.4.2 Alojamiento.

En el Área Recreacional se ofrece opciones para el turista que desea pernoctar en el lugar, cuenta con 11 Cabañas, con la siguiente distribución:

- 2 cabañas para seis personas (\$5 por persona)
- 1 cabaña para 8 personas (\$5 por persona)
- 6 cabañas para tres personas (\$5 por persona)
- 2 cabañas rústicas (\$15 dólares grupo)

Las cabañas solo se encuentran equipadas con las camas y colchones, el turista debe traer todos los accesorios y útiles de aseo necesarios como: sábanas, jabón, shampoo, etc.

Además, el área cuenta con zonas de camping para turistas que prefieren pernoctar en carpas cuyo valor es de \$3 dólares por persona.

1.5 Intermediarios.

Los intermediarios, representados por empresas operadoras, mayoristas de turismo y agencias de viaje, no participan del producto que ofrece el área. Anteriormente existía un Convenio entre el Ministerio del Ambiente y la Comunidad San Bartolomé de Romerillos, que permitía que los comuneros se encarguen del servicio de alimentación y recreación del área, pero debido a la falta de preparación y empeño por parte de la comunidad, el Ministerio del Ambiente decidió dar por terminado el contrato. Es así que desde el 16 de agosto de 2012, la administración del Área Recreacional pasa a manos de la Empresa Waponni, bajo la condición de participación de la comunidad en las labores operativas y no de dirección.

Cabe indicar que hasta el momento no se trabajan con Agencias de viaje u Operadoras en la promoción, por lo que solo está presente Boliche Tours que pertenece a la Comunidad San Bartolomé de Romerillos.

1.6 Grupos de interés.

El Área Recreacional El Boliche es de mucho interés para el turista nacional que para el extranjero, muchos de los visitantes llegan por medio del tren, y recorren las maravillas que ofrece la naturaleza., llegan aproximadamente 200 turistas nacionales que representa el 99%, en comparación con la visita de turistas extranjeros. (Administración del Área Recreacional El Boliche, 2012).

CAPÍTULO II

2. Análisis del microambiente

2.1 Características generales de la comunidad.

2.1.1 Ubicación y superficie.

La comunidad de Romerillos se encuentra ubicada en la panamericana sur en el km. 35 desde la ciudad de Quito, frente al Área Nacional de Recreación El Boliche que pertenece a la parroquia de Pastocalle perteneciente al cantón Latacunga en la Provincia de Cotopaxi. Ocupa una superficie de 3.500 de altura, y ocupa 550 Ha. y 10 Ha de Reserva. (ECOLAP y MAE, 2007, pág. 129)

Ilustración 1. Mapa de Ubicación de la Comunidad



Fuente: (Google Maps, 2012)

2.1.2 Geografía y clima.

El territorio donde actualmente se asienta la comunidad de Romerillos antiguamente fue parte de una gran hacienda que pertenecía a un francés llamado Manuel Germán, años más tarde un grupo organizado adquiere ciertas tierras de la hacienda y forman la Cooperativa “Agropecuaria San Bartolomé de Pastocalle”. (ECOLAP y MAE, 2007, pág. 131)

Debido a que la comunidad Romerillos se encuentra frente al área recreativa el Boliche, tiene la temperatura media anual de 8°C se caracteriza por ser muy húmeda. La precipitación, resultado de la condensación de la humedad y la neblina. (ECOLAP y MAE, 2007, pág. 131)

2.1.3 Infraestructura vial.

Para llegar a la comunidad de Romerillos se debe dirigir por la Panamericana Sur, en la vía hacia la provincia de Cotopaxi, al lado derecho se tiene la entrada a la comunidad y al lado izquierdo se encuentra la entrada al Área Recreacional El Boliche. (Gobierno Autónomo Descentralizado y Ordenamiento Territorial San Juan de Pastocalle, 2011-2018) La tabla 6 describe la infraestructura vial, tipo de camino y longitud.

Tabla 6. Infraestructura vial

Comunidad/ barrio	Camino acceso	Tipo de camino	Longitud
Romerillos	Tierra	Tierra	2 KM
Curiquingue	Tierra	Tierra	3 KM
Pasto Alto	Empedrado	Empedrado	2 KM
Milagro	Empedrado	Empedrado	1 KM
Pastocalle viejo	Tierra	Tierra	1 KM
Matango	Tierra	Empedrado	3 KM
Tandacatp	Empedrado	Tierra	-
Santa Rosa	Tierra	Empedrado	1 KM
Ortuno	Empedrado	Tierra	-
Pucara	Tierra	Tierra	1 KM
Pastocalle centro	Asfalto,adoquinado	Asfaltado	3.5 KM
San Francisco de Chasqui	Tierra	Tierra	-
Boliche	Empedrado y tierra	Empedrado	3 KM
San Luis Yacapungo	Tierra	Asfaltado	-
Guápulo	Tierra	Empedrado	500 m
San Bartolomé	Tierra empedrado	Empedrado	3 KM
Calvache	Tierra y asfaltado	Empedrado y asfaltado	-
San José de Yanayacu	Empedrado	Tierra	1.5 KM
Progreso	Asfaltado	Asfaltado	-
Cuiche Mino	Tierra	Tierra	2 KM
Santa Rita	Asfaltado	Asfaltado	1 KM
Luz y vida	Tierra	Tierra	8.5 KM
La Libertad	Empedrado tierra	Empedrado	3,1 KM
San Vicente de Luto	Empedrado	Tierra	7 KM
Campamento	Empedrado	Tierra	4 KM
Cuiche Salas	Tierra	Tierra	4 KM
Mino San Antonio	Asfalto	Asfaltado	-

Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado y Ordenamiento Territorial San Juan de Pastocalle, 2011-2018)

Elaborado por: Ericka Muñoz

En correspondencia con la información recopilada, se puede observar que en general las comunidades presentes en la provincia de Cotopaxi no poseen caminos de primer orden, en el caso puntual de Romerillos, el camino de acceso tiene una distancia de dos kilómetros, de tierra y con poco mantenimiento, lo que incide en la visita de turistas a la zona, restando atractivo y disminuyendo la competitividad de la comunidad como un destino turístico.

2.1.4 Población.

La población de la parroquia Pastocalle al año 2010 según datos proporcionados por el INEC posee 10.241 habitantes, con una tasa de crecimiento del 3,1% desde el último censo realizado en el año 2001.

Tabla 7. Evolución de la población de la Parroquia Pastocalle y su proyección futura

Año	1990	2000	2001	2010
Población	7.857	7.795	9.933	10.241

Fuente: (INEC, CENSO, 2010)

Elaborado por: Ericka Muñoz

La comunidad de Romerillos, zona de influencia del proyecto está conformada por de 120 personas (Presidencia de la Comunidad, 2012); la mayoría dedicada al turismo y la agricultura, aunque la segunda se practica cada día menos debido a los pocos esfuerzos para consolidar las asociaciones de producción presentes en la zona y la dificultad de comercializar los productos debido a los problemas de infraestructura vial.

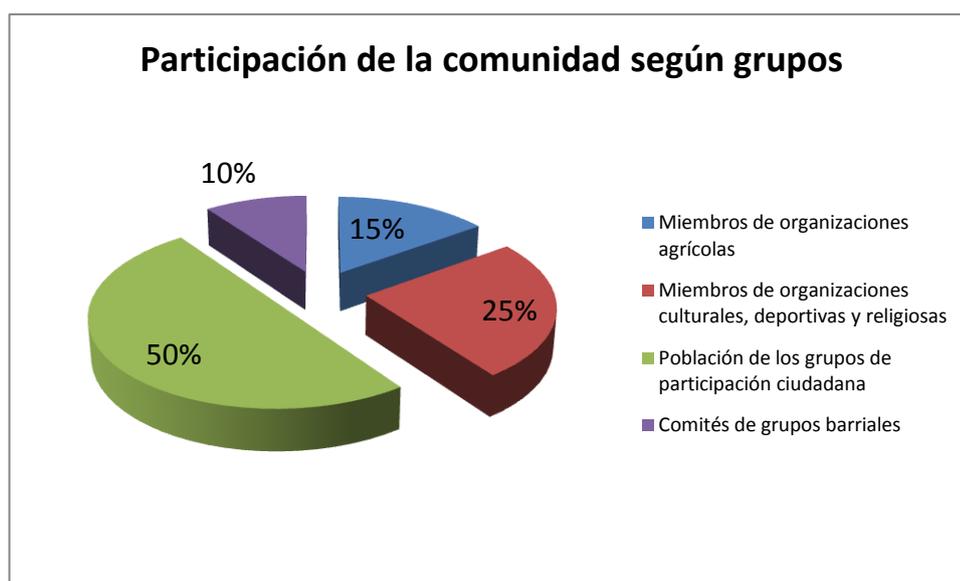
2.1.5 División política.

Ecuador es un estado soberano, democrático, unitario, descentralizado, pluricultural y multiétnico. En la actualidad está tratando de lograr la descentralización en conjunto con la sociedad, a través de una distribución equitativa de poder estatal en todos sus niveles territoriales y administrativos.

A nivel de la parroquia de Pastocalle, la principal representación política es el Gobierno Autónomo, Descentralizado y de Ordenamiento Territorial de San Juan de Pastocalle, esta institución coordina las actividades gubernamentales para las mejoras del aspecto social, económico, cultural y ambiental. Para ellos se apoya en

la población que se encuentra conformada de varios grupos representativos como: participación ciudadana con un 50% del total de habitantes, los miembros de organizaciones culturales, deportivas y religiosas con un 25%, los miembros de organizaciones agrícolas son el 15% de representación y con el 10% los comités barriales (Gobierno Autónomo Descentralizado y Ordenamiento Territorial San Juan de Pastocalle, 2011-2018, págs. 112-113). El gráfico siguiente muestra esta distribución:

Gráfico 5. Participación de la comunidad según grupos – Parroquia Pastocalle



Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado y Ordenamiento Territorial San Juan de Pastocalle, 2011-2018, págs. 112-113)

Elaborado por: Ericka Muñoz

En cuanto a la división política en Romerillos, como ya se dijo anteriormente la comunidad forma parte de la Parroquia de San Juan de Pastocalle, posee su propia representación a través del señor Gustavo Sánchez, presidente y representante legal. (Presidencia de la Comunidad, 2012)

La estructura política evidencia la presencia de tres grupos: los socios que participan activamente de la Cooperativa Agropecuaria, los miembros fundadores de Boliche Tours empresa turística conmutaría de la zona y un grupo de habitantes que son independientes de la organización política zonal. Cada grupo posee sus directivos y se concentran en el trabajo comunitario a través de mingas y en la promoción de la comunidad como destino turístico (Presidencia de la Comunidad, 2012).

La comunidad de Romerillos para buscar un beneficio entre ellos formaron una Cooperativa “Agropecuaria San Bartolomé de Pastocalle”, donde los que están conformados por una Directiva, cuyos líderes son: Segundo Iza y Mateo Iza. En la Cooperativa se encuentran 85 personas asociadas que realizan labores comunitarias, y aportan con una mensualidad de \$2 dólares.

Fotografía 1. Cooperativa San Bartolomé de Pastocalle



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Ericka Muñoz

2.1.6 Características sociales y económicas.

El mejoramiento de la calidad de vida es un proceso multidimensional y complejo, determinado por aspectos decisivos relacionados con los derechos a la salud, educación, vivienda, alimentación, ocio, recreación y deporte, participación social y política, trabajo, seguridad social, relaciones personales y familiares; todos estos tienen incidencia directa en la calidad de vida de la población que es lo que pretende el Estado por medio del Plan del Buen Vivir (SENPLADES, 2009). A continuación se describen los indicadores básicos para definir las condiciones de vida de la población de la Parroquia de Pastocalle.

2.1.6.1 Servicios Básicos.

Los datos expuestos en la tabla 8 muestran que el acceso a telefonía fija es reducido, de un total de 2891 familias, apenas 596 familias que son el 20,5% poseen línea telefónica. El acceso a energía eléctrica es más alentador pues en total 2.670 familias poseen este servicio, lo que representa el 92,3% del total de población. En lo que se refiere al acceso de internet, es el indicador más crítico, apenas 65 familias cuentan con este servicio representado el 2,2% de la población. Es menester entonces incentivar la mejora de las telecomunicaciones para mejorar el nivel de vida y además contribuir al desarrollo económico de la parroquia (Gobierno Autónomo Descentralizado y Ordenamiento Territorial San Juan de Pastocalle, 2011-2018).

Tabla 8. Acceso a servicios básicos en la parroquia de Pastocalle

Telefonía familia		Energía eléctrica		Transporte		Internet	
Si	No	Si	No	Tipo	Frecuencia	Si	No
596	2.295	2670	166	Camioneta 2 cooperativas	Cada 5 min /carreras	65	2826
		Generador (4)		Bus una cooperativa	Cada 20 min		
		Otro 8					

Fuente: (INEC, CENSO, 2010)

Elaborado por: Ericka Muñoz

En lo que respecta a la Comunidad de San Juan de Romerillos, los indicadores de acceso a servicios son alentadores, en la comunidad, hay acceso a electricidad, teléfono, internet, agua entubada, alcantarillado y unidades de saneamiento (Gobierno Autónomo Descentralizado y Ordenamiento Territorial San Juan de Pastocalle, 2011-2018), tal como lo muestra la tabla 9 producto del extracto del Plan de Desarrollo Parroquial de San Juan de Pastocalle, 2011 – 2018.

Tabla 9. Acceso a servicios en la comunidad de Romerillos

Comunidad	Romerillos
Electricidad	Si
Teléfono	Si*
Internet	Si*
Agua entubada	Si
Alcantarillado	Si
Unidades básicas de saneamiento	Si

Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado y Ordenamiento Territorial San Juan de Pastocalle, 2011-2018).

Elaborado por: Ericka Muñoz

Aunque existen todos los servicios en la comunidad de Romerillos, se debe indicar que en el caso de las telecomunicaciones solo cinco familias tienen acceso a las líneas telefónicas e internet, confirmando la problemática general de la parroquia a la que pertenecen.

2.1.6.2 Educación.

La educación es un beneficio social fundamental para el desarrollo de las comunidades. En la parroquia de Pastocalle se encuentran un total de diez instituciones, cuya oferta educativa abarca pre primaria y educación general básica, no existen establecimientos de educación secundaria, mucho menos universitaria, el 100% de los establecimientos son fiscales. La tabla 10 describe la infraestructura educativa de la Parroquia, la ubicación y el nivel de formación que oferta.

Tabla 10. Infraestructura educativa en la parroquia de Pastocalle

Comunidad	Nombre de la institución	Tipo de institución	Nivel de formación
San Bartolomé	Macas	Fiscal	Pre-primaria y Educación básica
Santa Rita	Aglomerados de Cotopaxi	Fiscal	Educación básica
San francisco de chasqui	Quito	Fiscal	Educación básica
Tandacato	Babahoyo	Fiscal	Pre-primaria y Educación básica
Pastocalle centro	Manuel Matheu	Fiscal	Pre-primaria y Educación básica
Pastocalle centro	El Sembrador	Fiscomisional	Educación básica
Cuilche Miño	Rafael Cajiau Enríquez	Fiscal	Educación básica
Boliche	Coronel Germánico Ribadeneira	Fiscal	Pre-primaria y Educación básica
La libertad	Atanasio Viteri Karolys	Fiscal	Educación básica
Romerillo	Leopoldo Rivas	Fiscal	Educación básica

Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado y Ordenamiento Territorial San Juan de Pastocalle, 2011-2018, pág. 73)

Elaborado por: Ericka Muñoz

A nivel de la comunidad de Romerillos, la infraestructura educativa está conformada por la Escuela Leopoldo Rivas Duran y por el Centro Integral del Buen Vivir que es un proyecto de desarrollo infantil financiado por el MIES y el INFA, con aportes del Gobierno Autónomo descentralizado Parroquial San Juan de Pastocalle. Es importante destacar que la mayor parte de los niños de esta comunidad asisten a

instituciones educativas cercanas a la comunidad y no expresamente a la escuela cercana. (Gobierno Autónomo Descentralizado y Ordenamiento Territorial San Juan de Pastocalle, 2011-2018, pág. 73)

Fotografía 2. Centro Integral del Buen Vivir



Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Ericka Muñoz

2.1.6.3 Salud.

El acceso a la salud en la parroquia San Juan de Pastocalle muestra que al menos el 8,4% de la población es menor de 5 años, requiriendo cuidados específicos en el área de pediatría, existen en total 429 profesionales de la salud a nivel cantonal y para la parroquia apenas 2, que representan el 0,5% del total de médicos y enfermeras en la zona. Según el indicador la cantidad de médicos por cada 100 habitantes es de 0,2 personas, dato que porcentualmente no es representativo.

Tabla 11. Índices de Población

Índices e indicadores de salud	Cantonal	San Juan de Pastocalle	Participación porcentual de la población según cada índice
Población menor de 5 años	15.290	1.281	8.4 %
Profesionales del área de salud	439	2	0.5 %
Personal de salud por cada 1000 habitantes	3.05	0.2	-
Número de personas discapacitadas	5.392	360	6.7 %

Fuente: Plan de desarrollo Parroquial de Pastocalle 2011-2018
Elaborado por: Ericka Muñoz

Los índices son concluyentes al momento de evaluar el acceso a la salud, es claro entonces que un sector que debe mejorarse de forma urgente es el de atención médica. En el ámbito de la salud, a nivel de la Comunidad de Romerillos, el acceso de la población es limitado, hace varios años se construyó un Centro de Salud a través de mingas y participación comunitaria que, actualmente no brinda atención por falta de apoyo estatal, por lo que la población se ve obligada a asistir a la clínica más cercana que es en la población de Machachi. (Presidencia de la Comunidad, 2012)

2.1.6.4 Religión.

En cuanto a creencias religiosas, en la población de Romerillos están presentes dos iglesias, una de la Religión Evangélica a través de la iglesia Metodista Ríos de Agua Viva; y, la otra católica, siendo mayor la participación de la comunidad en la segunda.

Fotografía 3. Fotografía de la Iglesia de Romerillos



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Ericka Muñoz

2.1.6.5 Características económicas.

Una de las prioridades del Estado Ecuatoriano es promover la producción, comercialización e industrialización de los cultivos tradicionales, así como desarrollar planes de manejo integral de recursos naturales, y a la vez impulsar la diversificación de la producción agrícola conjuntamente con la asociatividad familiar para crear microempresas generadoras de ingresos para la comunidad.(SENPLADES, 2009, Objetivo 11 del PNBV).

Tabla 12. Índices de Población

Sexo	Clasificación				
	PEA Población económicamente activa	%	PEI Población económicamente inactiva	%	PET Población en edad de trabajar
Hombre	2672	61.1	1502	33.6	4174
Mujer	1698	38.9	2966	66.44	4664
Total	4370	100	4468	100	8838

Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado y Ordenamiento Territorial San Juan de Pastocalle, 2011-2018, pág. 88)

Elaborado por: Ericka Muñoz

La parroquia de Pastocalle posee una Población Económicamente Activa (PEA) de 4.370 personas, de un total de 8.838 que se encuentran en edad de trabajar (PET), en su mayoría hombres que representan el 61,1% de la población. Del total de la población económicamente activa, el 48,2% se dedica a la agricultura, mientras que un 24,9% al sector de la industria y un 27,2% en el sector de servicios, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 13. Sector de la economía al que se dedica la población de la parroquia Pastocalle

Sector	# de personas	%
Primario	2.110	48,28%
Secundario	1.070	24,49%
Terciario	1.190	27,23%
Total	4.370	100%

Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado y Ordenamiento Territorial San Juan de Pastocalle, 2011-2018, pág. 88)

Elaborado por: Ericka Muñoz

En cuanto a la producción agrícola las cosechas que se realizan durante el año son principalmente de papa, maíz, frejol, chocho y cebada. Adicionalmente se cultiva alfalfa y otros pastos, que pueden sembrarse durante todo el año en las zonas donde existe infraestructura para el riego. (Gobierno Autónomo Descentralizado y Ordenamiento Territorial San Juan de Pastocalle, 2011-2018, pág. 91)

Tabla 14. Cultivos recientes de la parroquia de Pastocalle

#	Producto	Rendimiento	Periodo
1	Papa	10 qq / Semilla	11 meses
2	Maíz, Fréjol	7 qq / Semilla	8 meses
3	Chocho	10 qq / Semilla	11 meses
4	Cebada	12 qq / Semilla	6 meses

Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado y Ordenamiento Territorial San Juan de Pastocalle, 2011-2018, págs. 90,91,92)

Elaborado por: Ericka Muñoz

En la parroquia de Pastocalle la actividad de producción de lácteos es otra actividad relevante a nivel económico, siendo el de mayor interés para la parroquia pues genera gran cantidad de empleo directo e indirecto. La producción lechera diaria supera los 8.000 litros diarios a un precio de 30 a 35 centavos el litro, dependiendo los caminos de acceso, el precio tiende a baja pues la venta se realiza al filo de vías principales donde pagan menos dinero por la producción, más aún si el productor se localiza en lugares apartados. (Gobierno Autónomo Descentralizado y Ordenamiento Territorial San Juan de Pastocalle, 2011-2018, pág. 91)

En lo que a la crianza de ganado se refiere, se puede encontrar algunas razas de ejemplares ovinos puros especialmente de las especies Corriedale o Rambouille, estas razas fueron introducidas con apoyo de entidades para el desarrollo de estas zonas (INIAP, MAGAP). El producto principal obtenido de estos animales es la lana, que esquila una vez por año y se saca a la venta en la feria de la parroquia. (Gobierno Autónomo Descentralizado y Ordenamiento Territorial San Juan de Pastocalle, 2011-2018)

Una actividad bastante común en la gran parte de los hogares es la crianza de cuyes, por lo que la venta más alta es en la época de: Carnaval, Navidad y la Mama Negra; esto fue impulsado por un grupo de mujeres recibiendo el apoyo de la Iglesia y la Corporación de Organizaciones Campesinas Pro mejoras Pastocalle (COCPROP), en el año 2000 con el fin de impulsar esta actividad. (Gobierno Autónomo Descentralizado y Ordenamiento Territorial San Juan de Pastocalle, 2011-2018, pág. 92)

A nivel de la Comunidad de Romerillos la distribución del suelo establece que, existen 550 hectáreas dedicadas a la agricultura y turismo; y 100 hectáreas de reserva ecológica que son el sustento para los 120 habitantes de la zona (Gobierno Autónomo Descentralizado y Ordenamiento Territorial San Juan de Pastocalle, 2011-2018). La actividad económica de la comunidad de Romerillos en materia de agricultura es relevante, los cultivos que producen las tierras son:

- Cebolla colorada: Es lo que más se produce durante todo el año
- Mellocos: Se produce durante los 9 meses
- Papas: Se produce de 4 a 5 meses al año
- Habas : Se produce los 9 meses (Presidencia de la Comunidad, 2012)

Otra alternativa de ingresos económicos en la comunidad es el turismo, debido que ellos tienen el privilegio de encontrarse frente al Área Recreacional el Boliche, esto les permitió formar la agencia de turismo “El Boliche Tours”, que por medio de un acuerdo con el Ministerio del Ambiente, posee la administración de los servicios turísticos dentro del Área de Recreación. Entre los principales servicios que ofrecen están: guianza, alimentación, hospedaje y recreación.

2.2 Características del Área Recreacional El Boliche.

2.2.1 Breve reseña histórica.

El área fue parte de una gran hacienda llamada Romerillos. En 1928 fue separada de la hacienda y pasó a propiedad del Estado, para constituirse en la Estación de Altura Cotopaxi. El último dueño de Romerillos fue el francés Manuel Hermann. El ANR El Boliche fue creado el 26 de Julio de 1.979 y su Plan de Manejo se refiere al año 1995; dentro del Área no existen asentamientos de grupos humanos, más en su entorno existen varias cooperativas, barrios y comunidades, así como propietarios medianos y tres haciendas. El Área Nacional de Recreación El Boliche (ANRB) se legaliza y delimita mediante Acuerdo Interministerial No. 0322, publicado en el Registro Oficial No. 69, del 26 de julio de 1979. En esa fecha se establece su superficie en 1.077 hectáreas (ha). En 1995 se elabora el primer Plan de Manejo del ANRB a través del entonces INEFAN, que incluía las 1.077 ha pertenecientes al Área, y 7.000 ha adyacentes. En 1996, la superficie del Área se reduce, debido a un pedido de Aglomerados Cotopaxi (Acosa S.A.) de excluir su propiedad de los territorios del Parque Nacional Cotopaxi y del Área Nacional de Recreación El Boliche (Registro Oficial No. 10, del 23 de agosto de 1996). (Ministerio del Ambiente del Ecuador, 2007)

Más tarde, una de las más importantes inversiones que recibe el Área sirvió para construir y mejorar su infraestructura, en el año 2000. Esta inversión ocurre dentro del marco del Proyecto GEF: Protección de la biodiversidad primera fase. Sin embargo, no hubo seguimiento y la infraestructura se deterioró por falta de mantenimiento. (Ministerio del Ambiente del Ecuador, 2007)

2.2.2 Información Básica del Boliche.

El Área Recreacional el Boliche cuenta con gran cantidad de recursos: flora, fauna, ríos. El área se encuentra ubicada en Los Andes centrales del Ecuador, por lo que se lo clasifica como páramo y con una gran biodiversidad. (ECOLAP y MAE, 2007, pág. 139)

- **Clima**

En lo que respecta al clima del Área de Recreación el Boliche, debido a que se encuentra los Andes centrales de Ecuador, en el nudo de Tiopullo, esta zona de la cordillera se caracteriza por ser muy húmeda. La precipitación, resultado de la condensación de la humedad y la neblina, produce una gran cantidad de rocío que se vierte sobre el suelo y la vegetación en forma de lluvia permanente durante todo el año. Al ser esta zona muy fría de alto andino su temperatura media anual es de 8°C, por lo que se recomienda que los visitantes lleven una vestimenta abrigada y cómoda. (ECOLAP y MAE, 2007, pág. 139)

- **Flora**

El Área Recreacional El Boliche se encuentra a los 3000 a 3600 msnm, y está cubierta por el 40% de bosque de pinos, que no son especies endémicas del área, sino que fueron introducidas como muestra científica de adaptación a ecosistemas de altura. (Ministerio del Ambiente del Ecuador, 2007, pág. 18)

En cuanto a la flora se puede citar textualmente la descripción de la flora realizada por el Ministerio de Ambiente (2007) en el Plan de Manejo del Área Nacional de Recreación El Boliche, que define:

“Los resultados del estudio en 13 tipos de formaciones vegetales determinan que el Área Recreativa el Boliche presenta una diversidad florística distinta en cada sitio de muestreo. El análisis cuantitativo indica que la flora de estas formaciones se clasificó dentro de 55 familias con 142 especies distintas. De estas familias, tres son las más representativas: Asteraceae (25 especies); Solanaceae (10 especies) y Poaceae (ocho especies). Las familias restantes presentan menos de ocho especies.” (pág. 18)

A continuación se describe como se encuentran localizadas cada una de las formaciones vegetales en el Área Recreacional el Boliche.

- **“Paramo Herbáceo:** Se encuentra localizado en el Mirador Vista Hermosa, a la salida de del “sendero Romerillo” y frente al “bosque de Sunfana”.
- **Bosque siempreverde montano alto.** Localizado a lo largo de todo el “sendero Romerillo” e inclusive la quebrada. También en el “sendero Quishuar”, en la quebrada y bosque de “Morasacha”; “bosque nativo de Romerillos”; “bosque de Sunfana”, en los “Surales”; y paradero “Zunfana 1”. Esta formación se encuentra embebida dentro de la Plantación de pino, formando una asociación.
- **Páramos arbustivos.** Estos páramos, corresponden al “Bosque Chaparro”, localizado sobre el borde de la carretera vía a los “Surales”. Es un relicto muy reducido que se encuentra en una zona intervenida.
- **Plantación de pino.** Constituye la plantación situada en la parte baja del páramo herbáceo.” (Ministerio del Ambiente del Ecuador, 2007, pág. 19)

Al referirse al paramo herbáceo, aquí se muestra que la estructura de la vegetación se diferencia en que la paja de páramo domina en su totalidad sobre las arbustivas, que prácticamente están ausentes en el Área Recreacional el Boliche. En el anexo número 1 se detallan las especies presentes en cada una de las formaciones vegetales descritas con anterioridad. (Ministerio del Ambiente del Ecuador, 2007, págs. 17-18)

- **Fauna**

En el Área de Recreación el Boliche existen 16 especies de mamíferos de 11 familias, de estas los carnívoros son los de mayor presencia con cuatro especies seguida de las familias de murciélagos con tres especies, existen dos especies de camélidos reintroducidos que se encuentran en el área. La tabla siguiente describe la fauna más representativa del Área:

Tabla 15. Fauna presente en el ARN El Boliche

Nombre común	Nombre científico
Venado de cola blanca	<i>Odocoileus virginianus</i>
Fecas de conejo	<i>Sylvilagus brasiliensis</i>
Zorro hediondo	<i>Conepatus semistriatus</i>
Lobo de páramo	<i>Lycalopex culpaeus</i>
Familia murciélagos	<i>Myotis oxyotus</i>
	<i>Histiotus montanus (Vespertilionidae)</i>
	<i>Sturnira ludovici (Phyllostomidae)</i>
Venados	<i>Odocoileus</i>
	<i>Mazama</i>
Puma	<i>Puma concolor</i>

Fuente: (Ministerio del Ambiente del Ecuador, 2007, pág. 39)

Elaborado por: Ericka Muñoz

Aunque las especies se encuentran protegidas en el sector, en los últimos años se ha experimentado una disminución considerable de especies como venados y pumas.

En el Área Recreacional El Boliche se encuentran variedad de aves, se registran en total 38 especies de 16 familias y 7 órdenes, entre las especies que se puede encontrar están:

Tabla 16. Especies de aves presentes en el Área Nacional Recreacional El Boliche

Familias	Especies
Thraupidae	7
Emberizidae	6
Tyrannidae	5
Furnariidae	1

Fuente: (Ministerio del Ambiente del Ecuador, 2007, págs. 39 - 40)

Elaborado por: Ericka Muñoz

En lo que respecta a las especies de anfibios presentes, se han identificado tres representativas, que son: *Eleutherodactylus unistrigatus*, *Gastrotheca riobambae* (*Amphignathodontidae*) y *E. curtipes* (*Aromobatidae*). La primera se encuentra en lugares abiertos y semiabiertos como pampas, la segunda especie se encuentra solo en sitios con bosque y la tercera habita en bosque de pino con vegetación nativa. (Ministerio del Ambiente del Ecuador, 2007, págs. 39-40)

La riqueza faunística de El Boliche es variada, de acuerdo al Plan de Manejo del Área (2007, pág. 39) se identifican dos tipos de especies de reptiles: *Stenocercus guentheri* (*Thropiduridae*) y *Pholidobolus montium* (*Gymnophthalmidae*).

2.2.3 Políticas, planes, programas del sector.

La administración del Área Recreacional El Boliche se fundamenta en un Plan Operativo Anual (POA), que se desarrolla en tres ejes fundamentales según el Plan de Manejo del Área (2007, pág. 153).

1. Programa de Planificación y Administración

El programa de Planificación y Administración, tiene como propósito mejorar la efectividad del manejo del Área, con un proceso adecuado de planificación interna, para ello aplica varios procesos, entre ellos:

- **Subprograma de planificación**

Proceso 1. Elaboración del Plan Operativo Anual (POA)

- Evaluación de las necesidades económicas, sociales y ambientales del Área.
- Elaboración participativa de la matriz del POA con el personal del Área.

Proceso 2. Planificación Interna mencionamos los siguientes procesos:

- Reuniones semanales de planificación del personal del Área
- Elaboración del plan de mantenimiento de infraestructura y equipos
- Reuniones trimestrales con líderes (Regional) y coordinador

Proceso 3. Creación de una instancia de participación y coordinación

- Realización de 2 a 4 eventos anuales o cuando amerite con actores clave (comunidades o vecinos) para coordinar y mejorar el manejo

Proceso 4. Capacitación del personal del Área en legislación ambiental.

- Capacitación en legislación ambiental.

- **Subprograma de control y vigilancia**

Proceso 1. Fortalecimiento del sistema de control y vigilancia del ANRB.

- Elaboración del Plan de actividades de control y vigilancia
- Elaboración de reportes de salida
- Coordinación con el Parque Nacional Cotopaxi para realizar actividades de control y vigilancia.

Proceso 2. Implementación de Plan de Monitoreo

- Capacitación en monitoreo de la biodiversidad.
- Programación de recorridos.
- Diseño de hoja de campo.
- Salidas de campo.

Proceso 3. Manejo de información

- Ingreso de información en base de datos.
- Elaboración de reportes.
- Socialización de la información sobre recursos y manejo del Área.

- **Subprograma de administración del área**

Proceso 1. Fortalecimiento de procesos administrativos del personal del Área

- Asesoramiento técnico en computación (uso de programas: Excel, Word, etc.).
- Asesoramiento sobre los procesos administrativos referente al tema financiero.

Proceso 2. Fortalecimiento en relación con entidades gubernamentales, educativas, gobiernos seccionales, comunitarias.

- Realización de eventos (visitas o reuniones).
- Impulsar alianzas y convenios para apoyo en el manejo del ANRB. (Ministerio de Ambiente, 2007, pág. 154)

2. Programa de Manejo de Recursos Naturales

- **Subprograma de manejo de recursos hídricos**

Proceso 1. Capacitación en procedimientos legales e institucionales referentes al recurso agua.

- Talleres de capacitación en procedimientos legales e institucionales referentes al recurso agua.
- Elaboración de un pequeño manual informativo para respaldar el taller.

Proceso 2. Capacitación en el manejo del agua para personal del Área y actores locales clave.

- Realización de talleres de capacitación en el manejo del agua.
- Elaboración de un pequeño manual informativo para respaldar el taller.
- Realización de eventos (talleres o reuniones) para negociar o solucionar conflictos sobre el uso del agua con actores. (Ministerio de Ambiente, 2007, pág. 156)

• Subprograma de educación e interpretación ambiental

Proceso 1. Elaboración e implementación de un Plan de Educación Ambiental (PEA) dirigido a la zona circundante del ANRB.

- Identificación del público al que va dirigido el PEA.
- Elaboración de guiones para programas radiales en Machachi y Latacunga.
- Identificación de los temas que van a ser tratados en el PEA.
- Programación de visitas al público identificado.
- Identificación de materiales para implementar el PEA.

3. Programa de Turismo

Proceso 1. Actualización del inventario de atractivos turísticos.

- Elaboración del inventario.

Proceso 2. Habilitación de nuevos sitios de visita.

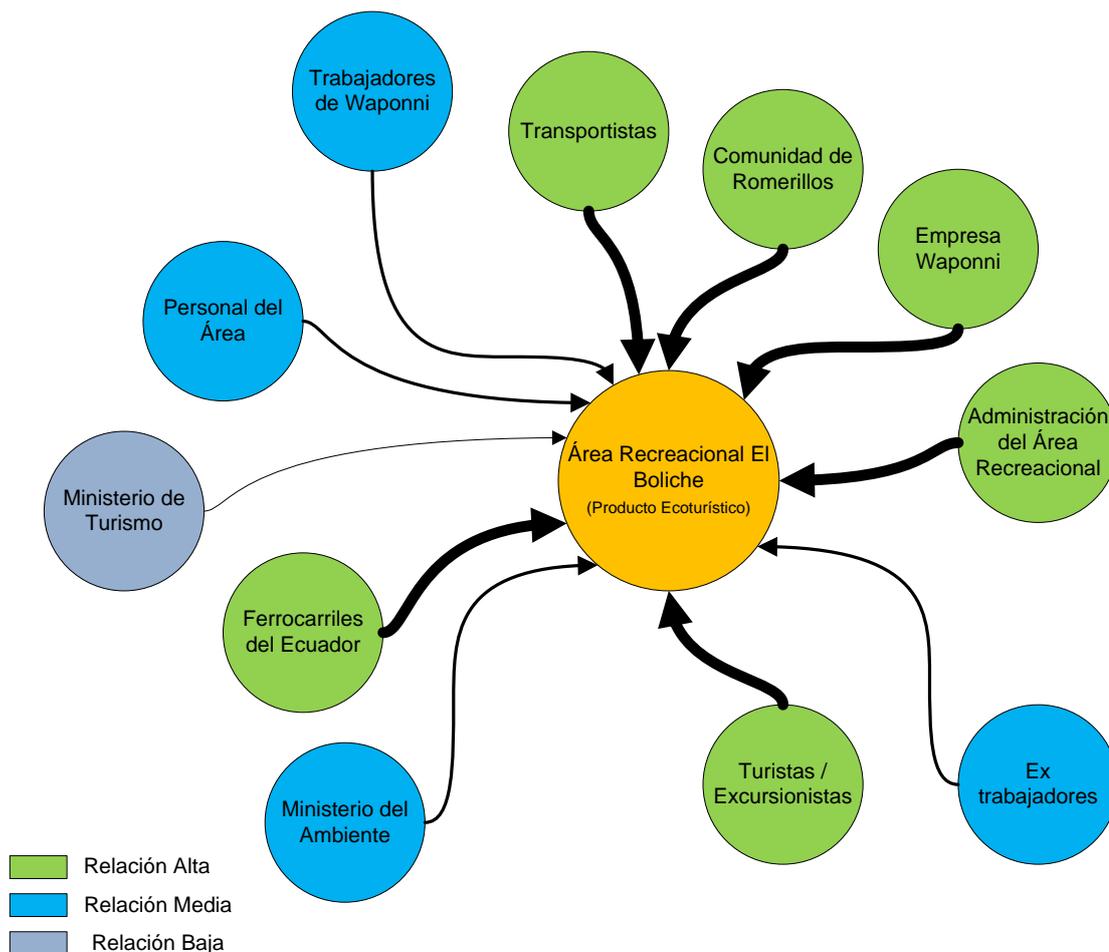
- Contratación del diseño de instalaciones.
- Ejecución de obras. (Ministerio de Ambiente, 2007, pág. 168)

2.2.4 Principales actores.

En todos los programas de planificación del Área Recreacional El Boliche, el principal actor es la comunidad, que está inmersa en todas las actividades de mejora, y el principal socio estratégico para la administración del Área es el Ministerio del Ambiente del Ecuador. (Ministerio del Ambiente del Ecuador, 2007, págs. 149 - 154)

Para tener claro el panorama de los involucrados en el desarrollo del producto ecoturístico, se realiza el mapeo de actores; éste fundamentado en las observaciones que se han realizado en la Comunidad y el Área Recreacional. El gráfico 6, expone el mapa de actores ilustrando la intensidad de la relación y el tipo.

Gráfico 6. Mapa de actores principales para la creación de un producto ecoturístico para el Área Recreacional El Boliche



Fuente: (Correa, 2008)

Elaborado por: Ericka Muñoz

En función de la intensidad de la relación entre cada uno de los involucrados se ha identificado cuáles son actores favorables, neutros y críticos para la propuesta de creación de un producto ecoturístico, llegando a la conclusión que se expone en la siguiente tabla.

Tabla 17. Mapa de actores principales según intereses para la creación de un producto ecoturístico para el Área Nacional de Recreación El Boliche

Tipo de actor	Actores Favorables	Actores Neutros	Actores críticos
Comunidad	X		
Empresa Waponni	X		
Ferrocarriles del Ecuador	X		
Administración del Área recreacional El Boliche	X		
Turistas / Excursionistas	X		
Ministerio de Turismo		X	
Ministerio del Ambiente		X	
Transportistas	X		
Trabajadores de Waponni		X	
Ex trabajadores de los establecimientos turísticos			X
Personal del Área		X	

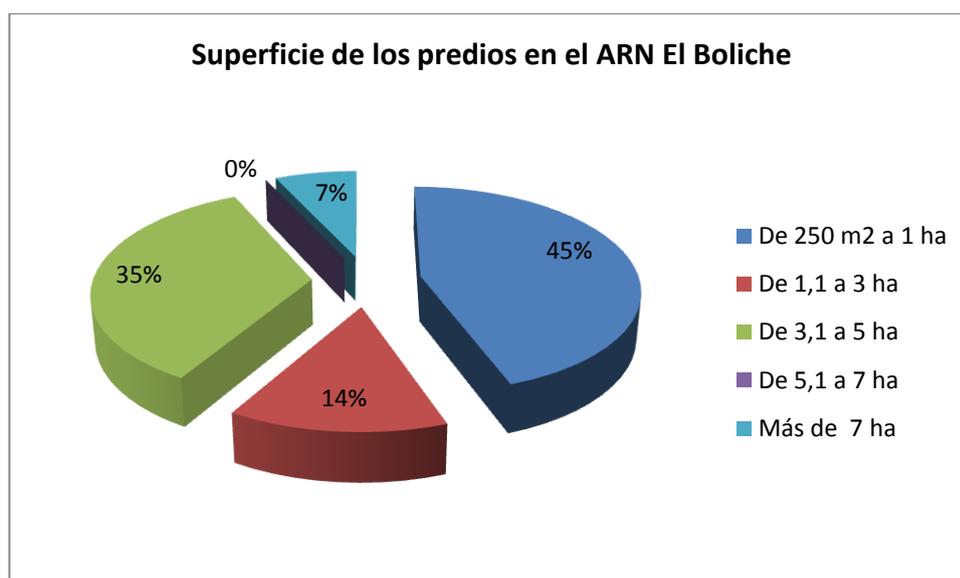
Fuente: (Correa, 2008)

Elaborado por: Ericka Muñoz

2.2.5 El sector de El Boliche y su economía.

La distribución de la tierra en la comunidad de Romerillos identifica que el 93% de los habitantes son propietarios de sus predios, la clasificación de acuerdo a la extensión de cada uno indica que el 45% de ellos son menores a una hectárea, el 14% de 1 a 3 hectáreas, el 35% de 3,1 a 5 hectáreas y un 7% con más de 7 hectáreas. (Ministerio del Ambiente del Ecuador, 2007, págs. 211-212)

Gráfico 7. Distribución de tierras productivas en el ARN El Boliche



Fuente: (Ministerio del Ambiente del Ecuador, 2007, págs. 39 - 40)

Elaborado por: Ericka Muñoz

Las tierras son utilizadas en actividades agrícolas, es común la producción de: cebolla blanca, habas, papas, mellocos, debido al tamaño de las propiedades los productores no llegan a consolidarse como un grupo productivo de peso y eso no permitido el desarrollo de la economía local en ámbito de la agricultura.

La tabla 18 muestra los principales indicadores de acceso a servicios y asistencia en el Área Recreacional, se puede observar que los servicios básicos, con excepción de las telecomunicaciones, tienen una cobertura total de población. Los aspectos a mejorar son el acceso a transporte, asistencia técnica para el desarrollo local, acceso a créditos productivos e infraestructura para el riego.

Tabla 18. Condiciones de vida en la zona de influencia del ARN El Boliche

Condiciones de vida en la zona de influencia de ANR El Boliche	
Porcentajes de familias según transporte	
Propio	66,70%
Porcentajes de familias según tipo de vivienda y posesión de servicios del hogar	
Cemento	100%
Propia	93,30%
Agua potable	100%
Luz	100%
Teléfono fijo	26,70%
Teléfono celular	60%
Porcentaje de familias que tienen servicios productivos	
Asistencia Técnica	13,30%
Crédito	50%
Riego	0%

Fuente: (Ministerio del Ambiente del Ecuador, 2007, págs. 39 - 40)

Elaborado por: Ericka Muñoz

A partir del 2012, se han tomado medidas para mejorar los servicios y la asistencia técnica, orientados mayormente a desarrollar los recursos turísticos, tendiendo a reducir el impacto agrícola, para esto se realizó el contrato con la Empresa Waponni que conjuntamente con la población de Romerillos administrarán las infraestructura y desarrollarán planes de promoción turística, de ahí que la investigación que se está realizando contribuye a mejorar este proceso.

2.2.6 Tarifas y cobro a los turistas.

En los anteriores años, el cobro para la entrada al Área Recreacional El Boliche tenía, una tarifa diferente tanto para el turista nacional como para el extranjero, a partir del 2012 y según el Acuerdo Ministerial 006, firmado el 16 de enero de ese

año por la Ministra del Ambiente, se establece la gratuidad para el ingreso en todos los parques y áreas protegidas del país para cualquier turista, excepto Galápagos. (<http://www.eluniverso.com/2012/01/28/1/1447/solo-ingreso-areas-protegidas-sera-gratuito.html>, 2012)

Por lo tanto, la entrada es gratuita para todo público, mientras los servicios que ofrece en el interior tienen costo, a pesar de ello su administración es empírica y no proporciona una oferta de valor adecuada que permita garantizar experiencias diferentes a los turistas, se espera que las condiciones mejoren con la firma del convenio con la Empresa Waponni. (<http://www.eluniverso.com/2012/01/28/1/1447/solo-ingreso-areas-protegidas-sera-gratuito.html>, 2012)

2.2.7 Participación de la comunidad en la zona.

La comunidad tradicionalmente ha participado de las actividades turísticas como un generador de servicios, a partir de la firma del convenio se pretende reestructurar los alcances de la comunidad en estos aspectos con el objeto de especializar a la población en diversas actividades relacionadas con el alojamiento, alimentación y recreación al interior del Área Recreacional El Boliche.

Según una visita realizada por la autora, los comuneros afirman que el convenio está firmado pero que no ha iniciado el proceso de participación, por lo que los servicios turísticos se siguen administrando de forma individual y con poco orden.

2.2.8 Recursos turísticos e infraestructura.

2.2.8.1 Turismo en Pastocalle.

La Parroquia San Juan de Pastocalle posee variados atractivos como las Ilinizas el Pupuntío, Santa Cruz, Saquihua, aparte con sus diversas leyendas como la cueva de los ladrones ubicados en la cumbre de Santa Cruz, en donde se cree que existe un tesoro escondido, aparte también se puede visitar las granjas agroecológicas, todas las visitas se debe siempre realizarlo con un guía comunitario de la localidad, para una mejor interpretación del sitio. (Gobierno Autónomo Descentralizado y Ordenamiento Territorial San Juan de Pastocalle, 2011-2018, pág. 39)

- **Manifestaciones Culturales**

En la parroquia Pastocalle tienen varias fechas tradicionales en donde cada barrio y comunidades de la parroquia las celebran sus costumbres; entre ellas: Año nuevo, Carnaval con agua, Fiestas de Ramos, Semana Santa, Aniversario de la Parroquia en la que se realiza la sesión solemne priostes Bailes Populares, concurso de comparsas, finados (2 de Noviembre), por lo que es un prestigio de la parroquia y comunidad el no perder sus tradiciones. (Gobierno Autónomo Descentralizado y Ordenamiento Territorial San Juan de Pastocalle, 2011-2018, pág. 93)

- **Alojamientos**

En lo que respecta al alojamiento de la parroquia de San Juan de Pastocalle existen variedad de lugares donde el turista puede escoger su estadía entre ellos: Cuello de luna, la Casa del Montañés, Guagra Corral, Cabañas de Nico, hotel del turista y alojamientos de turismo comunitario. (Gobierno Autónomo Descentralizado y Ordenamiento Territorial San Juan de Pastocalle, 2011-2018, pág. 93)

- **Artesanías**

La comunidad de Pastocalle aparte de tener ingresos por el sector agrícola, tienen otras actividades que dinamizan el comercio del mercado, que se relaciona con la producción y distribución de escobas a diferentes lugares del país. Además se dedican a la fabricación de bloques artesanales por lo que es una de las divisas en la economía de las personas de la parroquia. (Ministerio del Ambiente del Ecuador, 2007, págs. 93,94)

2.2.8.2 Turismo en el Área Nacional de Recreación El Boliche.

El Área Recreacional El Boliche al ser uno de los atractivos turísticos del país más importante por su mega diversidad de flora y fauna, además de un lugar acogedor para realizar camping o parrilladas familiares, es uno de los lugares que no ha recibido suficiente promoción turística durante estos últimos años, lo que no ha permitido lograr un interés importante en los turistas por conocerlo. Esto ha impactado en la economía de las comunidades cercanas y ha derivado en problemas de migración y el incremento de la actividad agrícola y ganadera en pequeñas parcelas.

El Área Recreacional El Boliche posee un amplio espacio verde distribuido ordenadamente para cada actividad que el visitante desea realizar. Para actividades de alojamiento cuenta con:

- Cabañas: En total 11 lugares, distribuidas en 2 cabañas para seis personas ,1 cabaña para 8 personas, 6 cabañas para 3 personas y 2 cabañas rústicas, las cuales fueron remodeladas y a su vez entregadas a la administración del área encargada del área en el año 2000.
- Enseres básicos: las cabañas cuentan con colchones, repisas, espejos, duchas eléctricas, que sea un ambiente agradable para el turista
- Camping: áreas para acampar. (Administración del área El Boliche, 2012)

- **Áreas de Camping y Picnic**

El área Recreacional el Boliche se encuentra dividida por zonas, las actividades de camping se encuentran distribuidas en tres áreas; la primera, junto al sector de las cabañas, otra junto al área de picnic y una tercera cerca al restaurant, el turista debe pagar por concepto de estadía tres dólares.

En el área de picnic en la parte baja se encuentran los fogones para realizar actividades de parrilladas familiares, se encuentran equipadas con sus baños y lugares para el depósito de desechos. En la zona de la Loma del Mirador de Zunfana se han construido lugares de camping pero actualmente no están operativos. (Administración del área El Boliche, 2012)

- **Restaurante**

El servicio de restaurant estaba a cargo de la comunidad de Romerillos hasta agosto de 2012, sin un manejo profesional, por lo que fue retirada su participación, pasando a cargo de otra administración. El restaurant posee una capacidad para 60 clientes, cuenta con cocinas semi – industriales, refrigeradora, congelador y dos hornos microondas, también se encuentra una chimenea que representa un atractivo para el turista. El mantenimiento de esta edificación ha sido escaso por lo que se hace necesario mejorar las instalaciones para lograr un mejor valor para los

clientes. (Administración del área El Boliche, 2012)

- **Senderos**

En El Boliche se pueden encontrar distintos senderos para la realización de actividades de caminata, el primero de ellos con nombre Sendero de Quishuar, permite en 20 minutos recorrer la zona central de instalaciones del área, entre el núcleo de la plantación de pino, además conecta el museo con el Centro de Interpretación y las cabañas. El segundo ubicado en el sector de Romerillos, tiene una longitud de 2100 metros, está diseñado para la interpretación del bosque nativo, aunque se ha visto afectado por la siembra de pinos todavía ofrece una experiencia importante de visita a la naturaleza de la reserva. (ECOLAP y MAE, 2007, pág. 131)

- **Centro de Interpretación y Museo**

Antes el centro era una casa rural que fue restaurada para ser transformada en el Museo Luciano Andrade Marín , además en los años 1998 y 2000 se restauró el Centro de Interpretación Ambiental diseñado y equipado con muestras interpretativas para educación ambiental , actualmente son atractivos importantes aunque con bajo mantenimiento. (Administración del Área El Boliche, 2013)

- **Promoción**

El Área Recreacional El Boliche no se ha comercializado como un producto turístico de potencial en la Provincia de Cotopaxi, la mayor difusión lograda ha sido a través de la visita de personas por tren, puesto que la reserva es paso obligado para llegar a otros lugares como Quilotoa, Rumiñahui o hacia las haciendas turísticas de la zona.

Uno de los aspectos que más afectan a la construcción de un producto turístico es la deficiencia de lugares para pernoctación y la poca difusión de los existentes que obligan a los turistas a realizar visitas de corta duración donde principalmente visitan las instalaciones de interpretación del área protegida y en pocos casos personas que acuden a las cabañas.

Cabe indicar que el único producto turístico posicionado en torno a con la imagen

del Cotopaxi y que de manera marginal incluye a El Boliche, es el denominado “Chiva Express”, que es una oferta para turismo selectivo estructurada y operada por la Empresa Metropolitan Touring. (Administración del Área El Boliche, 2013)

2.2.8.3 Administración de servicios turísticos.

Actualmente el Área se encuentra sin servicio de restaurant así como también actividades de recreación para el turista, debido que aun firmado el convenio entre El Ministerio del Ambiente y la empresa Waponni el 16 de agosto de 2012 , aun no están prestando sus servicios, por lo que la comunidad de Romerillos no está dentro de la participación de los servicios del área, se realizaron reuniones entre la empresa Waponni , Ministerio del Ambiente y la comunidad de Romerillos con el fin de que la empresa Waponni debe hacer partícipe a la comunidad, pero no existe una coordinación por el lado de la comunidad. (Administración del Área El Boliche, 2013)

Por lo tanto esto representa perdidas para el área como para la comunidad y el Estado, al no existir una coordinación debidamente adecuada, por lo que se encuentra solo para visita turística de la flora y fauna representativa y realizar actividades de caminatas.

Mientras que la comunidad de Romerillos está trabajando fuera del Área Recreacional el Boliche, realizando actividades de cabalgatas, guianza en sus carros propios cerca del área como al Parque Nacional Cotopaxi, en coordinación con la empresa de Ferrocarriles del Ecuador. (Administración del Área El Boliche, 2013)

2.3 Investigación de campo.

La investigación de mercados es la “identificación, recopilación, análisis, difusión y uso sistemático y objetivo de la información, con el propósito de ayudar a la administración a tomar decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas (y oportunidades) de Marketing.” (Malhotra, 2008, pág. 7)

En correspondencia con el concepto anteriormente citado, la investigación tiene como fin resolver problemas que las empresas o investigadores identifican relacionados con aspectos de marketing como la demanda, oferta y los factores que afectan a ambas.

2.3.1 Problema.

Según Malhotra (2008), toda investigación de mercados se fundamenta en dos problemas, uno denominado problema de decisión administrativa y otro definido como problema de investigación de mercados. Para la investigación se han definido los siguientes:

- **Problema de Decisión Administrativa**

¿Es pertinente diseñar un producto de turismo ecológico para el Área de Recreación El Boliche ubicada en la Comunidad de Romerillos, Parroquia Pastocalle en la Provincia de Cotopaxi?

- **Problema de Investigación de Mercados**

¿Cuáles son las preferencias de los turistas nacionales respecto de la visita al Área de Recreación El Boliche y su interés en comprar productos turísticos ecológicos en esta zona de la provincia de Cotopaxi?

2.3.2 Objetivo de investigación.

El objetivo de la investigación es la respuesta al objetivo de información, tal como se muestra a continuación:

- *Determinar las preferencias de los turistas nacionales respecto de la visita al Área de Recreación El Boliche y su interés en comprar productos turísticos ecológicos en esta zona de la provincia de Cotopaxi.*

2.3.3 Tipo de investigación.

La investigación de mercado desarrollada fue Exploratoria o Cualitativa, analizando a través de expertos ideas generales sobre el comportamiento de consumo del turista nacional respecto de la visita al ANRB y como participan los distintos involucrados en el sistema turístico en la zona. Posteriormente se aplicó un estudio Descriptivo o Cuantitativo del Tipo Transversal, a la población e turistas que visita el ANRB identificando estadísticamente la tendencia de visita respecto de varios ejes de investigación.

2.3.4 Diseño.

Previo a diseñar ambos tipos de investigación, se estableció las preguntas de enfoque, las mismas que permitieron guiar el diseño de las partes del estudio en correspondencia con el objetivo y problemas planteados, estas son:

- ¿Cuáles son las preferencias de los turistas nacionales respecto de la visita de Áreas de Recreación y Parques Nacionales en el Ecuador?
- ¿Cuál es la frecuencia de visita de los turistas nacionales al Áreas de Recreación y Parques Nacionales?
- ¿Qué tanto conocen los turistas nacionales sobre el Área de Recreación El Boliche?
- ¿Con que frecuencia han visitado el ANR El Boliche?
- ¿Qué expectativas tiene el turista nacional sobre un producto de turismo ecológico?
- ¿Cuántos turistas nacionales están dispuestos a adquirir un producto de turismo ecológico?
- ¿Qué medios de comunicación tienen la mayor preferencia entre los turistas nacionales para recibir información sobre productos turísticos ecológicos?

El diseño se ha abordado en correspondencia a los dos tipos de investigación, así a continuación

2.3.4.1 Diseño de investigación cualitativa.

- **Técnica:** Entrevistas exhaustivas a expertos
- **Muestra:**
 - Administrador del Área Recreacional El Boliche
 - Representante de la Empresa Waponni
 - Presidente de la comunidad.
- **Diseño del instrumento de recolección:** Como instrumento de recolección de información se utilizó guías de entrevistas previamente diseñadas, las mismas se muestran a continuación:

2.3.4.2 Diseño de investigación cuantitativo.

- **Técnica:** Encuestas
- **Población o Universo:** La población de la investigación corresponde al total de turistas que visitaron el Área Recreacional El Boliche al año 2012 según datos del Ministerio de Turismo del Ecuador (2013).

Tabla 19. Población de estudio

	TOTAL DE VISITANTES		
	NAC	EXT	TOTAL
Área Nacional de Recreación El Boliche	38.376	956	39.332

Fuente: MINTUR, Visitas a áreas protegidas, 2012.

- **Tipo de muestreo:** El muestreo para la investigación será Probabilístico Aleatorio Simple, el mismo que indica que “cada elemento de la población tiene una probabilidad de selección igual y conocida, además, cada posible muestra de un determinado tamaño tiene una probabilidad igual y conocida de ser la muestra seleccionada realmente” (Malhotra, 2008, pág. 346)
- **Cálculo de la muestra:** El cálculo de la muestra para el estudio se realizará con la fórmula para poblaciones finitas, tomando en cuenta que la población no supera los 100.000 habitantes. A continuación se presenta el cálculo de la muestra:

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

Donde;

n= Muestra

N= Población

Z²= Coeficiente de Confianza (95% = 1,96)

P= Probabilidad de éxito (0,5)

q= Probabilidad de fracaso (1 – P)

Aplicando la fórmula,

$$n = \frac{39.332 \times 0,5 \times 0,5 \times 1,96 (2)}{(0,05)^2 \times (39332-1) + 1,96(2) \times 0,5 \times 0,5}$$

n=

380 encuesta

2.3.5 Técnicas.

2.3.5.1 Entrevista a profundidad.

En el Anexo Nro. 1 se exponen las guías de entrevistas diseñadas para la aplicación de la investigación cualitativa; estas fueron diseñadas en base a ejes y preguntas de enfoque bajo el método directo.

2.3.5.2 Encuesta o cuestionario.

Por medio de la encuesta se logra recopilar datos, realizando un conjunto de preguntas, con el fin de tener diferentes perspectivas, opiniones, características relacionadas con los gustos y preferencias de los turistas que llegan al Área Recreacional El Boliche. El instrumento utilizado en la investigación se muestra en el Anexo Nro. 2.

2.3.6 Resultados.

2.3.6.1 Resultados de la Investigación Exploratoria o Cualitativa.

- **Tipo de turistas que visitan el ANRB y Procedencia**

En función de la categorización de variables realizada de las entrevistas se puede definir como relevante que para los expertos el ANRB es visitado mayormente por turistas nacionales. Tal como se muestra en la tabla de coincidencias y relevancias obtenida:

Tabla 20. Tipo de turista que predomina en el ANRB

Experto entrevistado	Coincidencias/Relevancias en las respuestas
Empresa Waponni	Turista Nacional
Administrador del Área	Turista Nacional
Presidente de la comunidad	Turista Nacional

Fuente: Entrevista a expertos

Elaborado por: Ericka Muñoz

- **Procedencia de los turistas**

De acuerdo a las entrevistas realizadas a los expertos, la empresa Waponni nos indica que los turistas que visitan el ANRB es visitada por turistas de países andinos; sin embargo el administrador del área nos expone que los turista que visitan el ANRB provienen de la ciudad de Quito al igual que el Presidente de la comunidad nos indica que el ANRB es visitado por turistas nacionales, la percepción general de los entrevistados es que en su mayoría el turismo interno es el que más visita el Área.

Tabla 21. Procedencia de los turistas que visitan el ANRB

Experto entrevistado	Coincidencias/Relevancias en las respuestas
Empresa Waponni	Turistas a países andinos
Administrador de Área	Turistas de la ciudad de Quito
Presidente de la comunidad	Turistas nacionales

Fuente: Entrevista a expertos

Elaborado por: Ericka Muñoz

- **Nivel de satisfacción del turista que visita el ANRB**

El ANRB ha recibido recomendaciones por parte del turista de acuerdo a lo que indica el administrador del área; por otro lado, la empresa Waponni señala que el turista tiene un alto nivel de satisfacción al visitar el destino, no hay una respuesta precisa del Presidente de la comunidad por lo que se puede concluir que en general los visitantes tienen un alto nivel de satisfacción, pero que es posible mejorar la infraestructura y servicios del Área.

Tabla 22. Nivel de satisfacción del turista que visita el ANRB

Experto entrevistado	Coincidencias/Relevancias en las respuestas
Empresa Waponni	El turista sale satisfecho
Administrador de Área	Turistas dejan recomendaciones sobre el asunto de poner basureros
Presidente de la comunidad	No se precisa

Fuente: Entrevista a expertos

Elaborado por: Ericka Muñoz

- **Preferencias de actividades por parte del turista**

La opinión de los expertos entrevistados define que el turista que visita el ANRB tiene una mayor orientación a las actividades de caminatas por senderos. Es

resaltable la respuesta del Administrador del Área, que señala que el turista aparte de realizar las caminatas, realiza actividades de picnic.

Tabla 23. Preferencias de actividades por parte del turista

Experto entrevistado	Coincidencias/Relevancias en las respuestas
Empresa Waponni	El 50% de turistas ciudadanos y el otro 50% son turistas exploradoras
Administrador de Área	El turista se dedica más a las actividades de picnic, caminata por senderos
Presidente de la comunidad	El turista se dedica a las caminatas por senderos

Fuente: Entrevista a expertos

Elaborado por: Ericka Muñoz

- **Participación de la comunidad en la gestión turística del ANRB**

De acuerdo a las entrevistas mantenidas, se puede concluir que, actualmente la participación de la comunidad es reducida, las principales actividades corresponden a las labores estrictamente de cocina que son realizadas por las mujeres del sector de bajos recursos y el Administrador del área no precisa la participación de la comunidad en el área.

Tabla 24. Participación de la comunidad en la gestión turística del ANRB

Experto entrevistado	Coincidencias/Relevancias en las respuestas
Empresa Waponni	Existe participación de la comunidad la gente más humilde de la comunidad.
Administrador del Área	No precisa
Presidente de la comunidad	Existe mayor participación de la comunidad del sexo femenino en el área de cocina.

Fuente: Entrevista a expertos

Elaborado por: Ericka Muñoz

- **Actividades realizadas en el ANRB**

Las principales relevancias producto de la entrevista en materia de actividad de preferencia por parte de los turistas se identifican la visita general al ANRB, el uso de los fogones para preparar alimentos y la visita a los senderos Quishuar y Romerillos.

Tabla 25. Actividades realizadas en el ANRB

Experto entrevistado	Coincidencias/Relevancias en las respuestas
Empresa Waponni	Es relativo, todas las áreas son visitadas y realizan sus actividades
Administrador de Área	El área más visitada son los fogones, para preparar sus alimentos
Presidente de la comunidad	Los senderos son los más visitados (Quishuar, Romerillos)

Fuente: Entrevista a expertos

Elaborado por: Ericka Muñoz

- **Demanda de turistas en el ANRB**

El ANRB tiene mayor influencia de visita de turistas durante los feriados, donde coinciden el Administrador del área y el Presidente de la comunidad; la empresa Waponni adiciona a lo mencionado anteriormente, que los fines de semana también existe afluencia de turistas.

Tabla 26. Demanda de turistas en el ANRB

Experto entrevistado	Coincidencias/Relevancias en las respuestas
Empresa Waponni	Tiene mayor influencia fines de semana y feriados
Administrador de Área	Tienen mayor influencia de turistas los feriados
Presidente de la comunidad	Tienen mayor influencia de turistas los feriados

Fuente: Entrevista a expertos

Elaborado por: Ericka Muñoz

- **Promoción turística en el ANRB**

En función de las entrevistas realizadas, se puede definir que la empresa Waponni tiene suficiente experiencia en los que respecta al marketing y publicidad, por lo que han promocionado el ANRB por medio de publicidad a través de redes sociales, y se piensa construir una página web para promocionar el Área. Por su parte, el Administrador, indica que el Ministerio del Ambiente tiene planes de realizar similar promoción en redes sociales, en el caso del Presidente de la Comunidad no precisa ninguna respuesta.

Tabla 27. Promoción turística en el Área Nacional de Recreación El Boliche

Experto entrevistado	Coincidencias/Relevancias en las respuestas
Empresa Waponni	Tienen experiencia de marketing, y Publicidad, se manejan con publicidad digital (pagina facebook, construcción de pagina web, mensajes en el facebook)
Administrador de Área	El Ministerio del ambiente para un futuro desean promocionar por medio de redes sociales
Presidente de la comunidad	No precisa

Fuente: Entrevista a expertos

Elaborado por: Ericka Muñoz

- **Sugerencias y recomendaciones sobre el ANRB**

Los entrevistados indican que, han existido recomendaciones por parte del turista con referencia a la infraestructura del ANRB y la disposición de los basureros, esto muestra que no se identifican conflictos relacionados con la infraestructura lo que es una ventaja competitiva.

Tabla 28. Sugerencias y recomendaciones sobre el Área Nacional de Recreación El Boliche

Experto entrevistado	Coincidencias/Relevancias en las respuestas
Empresa Waponni	No han tenido sugerencias, más bien felicitaciones por las instalaciones, experiencias por parte del turista
Administrador de Área	Han tenido sugerencias por parte del turista (basureros)
Presidente de la comunidad	Tenían sugerencia de mejorar la infraestructura

Fuente: Entrevista a expertos

Elaborado por: Ericka Muñoz

- **Creación de un producto ecológico**

Como resultados de las entrevistas respecto a la creación de un producto ecológico permiten concluir que es viable su diseño y futura implementación, puesto que todos los expertos coinciden en que es una idea relevante y que puede beneficiar al ANRB. Es resaltable que la Empresa Waponni está trabajando en el diseño de un proyecto turístico autosustentable y reciclable para el área.

Tabla 29. Creación de un producto ecológico

Experto entrevistado	Coincidencias/Relevancias en las respuestas
Empresa Waponni	Tienen un proyecto turístico autosustentable en el ANRB y reciclable creando paquetes turísticos con la gente de la comunidad(desarrollo de caminatas , parrilladas, bicicletas, actividades recreativas)
Administrador de Área	Piensa que si es necesario que se cree un producto ecológico
Presidente de la comunidad	Proyecto para sustento de la comunidad, piensan que si es necesario un producto ecológico debido que el turista busca experiencias

Fuente: Entrevista a expertos

Elaborado por: Ericka Muñoz

- **Sociabilización en el ANRB**

Con el análisis de las entrevistas los expertos, tanto de la empresa Waponni y el Presidente de la Comunidad, no coinciden en lo que se relaciona a la sociabilización de la comunidad. El Presidente indica que, no ha existido ningún acercamiento con la empresa antes mencionada o con otras empresas para un trabajo conjunto; por el contrario, el representante de Waponni resalta la integración de la comunidad y precisa que existe un número de personas trabajando en los servicios turísticos que ellos administran en la zona.

Tabla 30. Sociabilización en el ANRB

Experto entrevistado	Coincidencias en las repuestas
Empresa Waponni	Han tratado de integrar a la comunidad
Administrador del Área	No precisa
Presidente de la comunidad	No han tenido ningún acercamiento con la empresa Waponni

Fuente: Entrevista a expertos

Elaborado por: Ericka Muñoz

2.3.6.2 Resultados de la Investigación Descriptiva o Cuantitativa.

1. ¿Cuál es su nacionalidad?

Tabla 31. Nacionalidad del Encuestado

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Ecuatoriano/a	371	97,63%
Estadounidense	9	2,37%
Total	380	100,00%

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Ericka Muñoz

Gráfico 8. Nacionalidad del Encuestado



Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Ericka Muñoz

Análisis: El 98% de los encuestados que visitan el Área Recreacional El Boliche son de nacionalidad ecuatoriana, mientras que el 2% registrado en la encuesta es estadounidense.

Conclusión: En función de los resultados se puede concluir que el ANRB recibe mayor cantidad de visitas de turistas internos, por lo que el producto debe desarrollar aspectos relevantes en para este mercado.

2. ¿Cuál es la ciudad de residencia habitual?

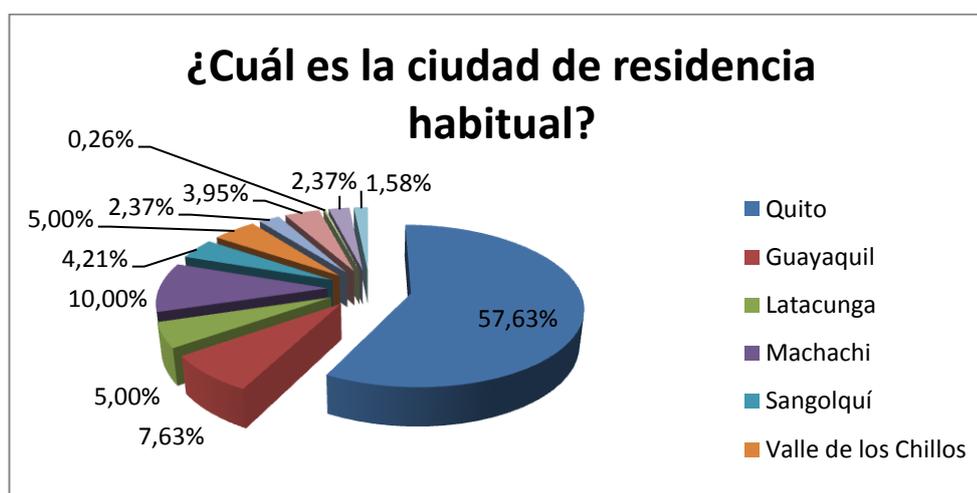
Tabla 32. Ciudad de residencia habitual

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Quito	219	57,63%
Guayaquil	29	7,63%
Latacunga	19	5,00%
Machachi	38	10,00%
Sangolquí	16	4,21%
Valle de los Chillos	19	5,00%
Conocoto	9	2,37%
Ambato	15	3,95%
Saquisilí	1	0,26%
Denver	9	2,37%
Machala	6	1,58%
Total	380	100,00%

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Ericka Muñoz

Gráfico 9. Ciudad de residencia



Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Ericka Muñoz

Análisis: El 57,63% de los encuestados proviene de la ciudad de Quito, el 7,63% de Guayaquil, con el 10% gente de Machachi, en un 5% de Latacunga y con similar porcentaje personas que provienen del Valle de los Chillos. Las variables menores al 5% indican gente que visitó el área proveniente de Sangolquí, Conocoto, Ambato, Latacunga y Saquisilí

Conclusiones: El mercado de mayor atractivo para la introducción de un producto ecoturístico del ANRB es la ciudad de Quito, por que concentra la procedencia de mayor porcentaje en la respuesta.

3. ¿Cuál es el país de procedencia?

Tabla 33. País de procedencia

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Ecuador	371	97,63%
No contesta	9	2,37%
Total	380	100,00%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Gráfico 10. País de procedencia



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Análisis: El 97,63% de los encuestados son de nacionalidad ecuatoriana, mientras que el 2,37% no contestan su procedencia.

Conclusiones: El mercado de mayor atractivo para un producto ecoturístico en el Área Recreacional El Boliche es el Ecuador y con menor afluencia en turistas extranjeros.

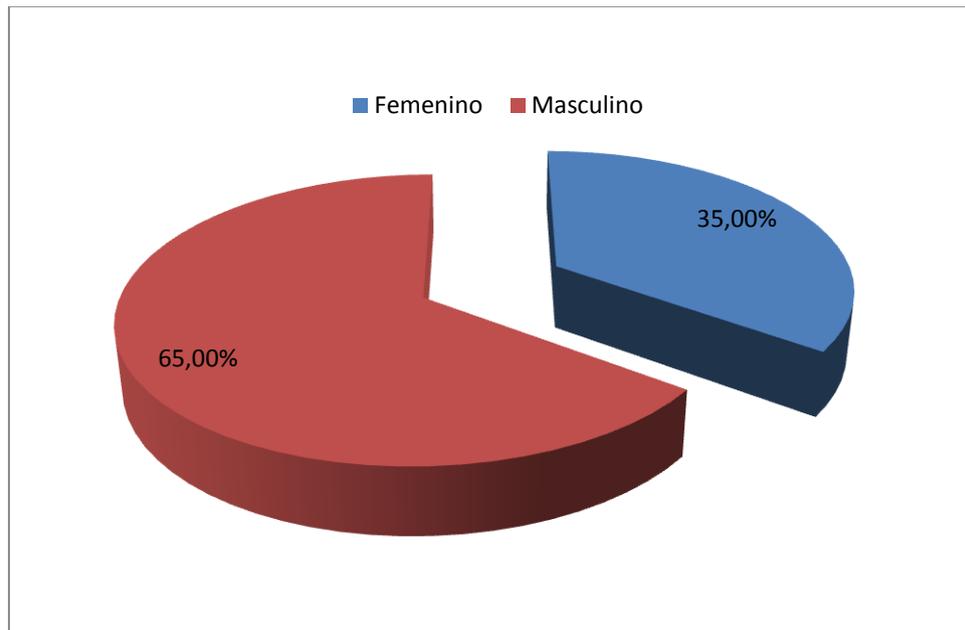
4. Sexo

Tabla 34. Sexo

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Femenino	133,00	35%
Masculino	247	65%
Total	380	100%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Gráfico 11. Sexo



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Análisis: El 65% de los encuestados tienen tendencia de sexo masculino, el 35% son de sexo femenino.

Conclusiones: En el área es más visitada por turistas de sexo masculino a comparación del sexo femenino.

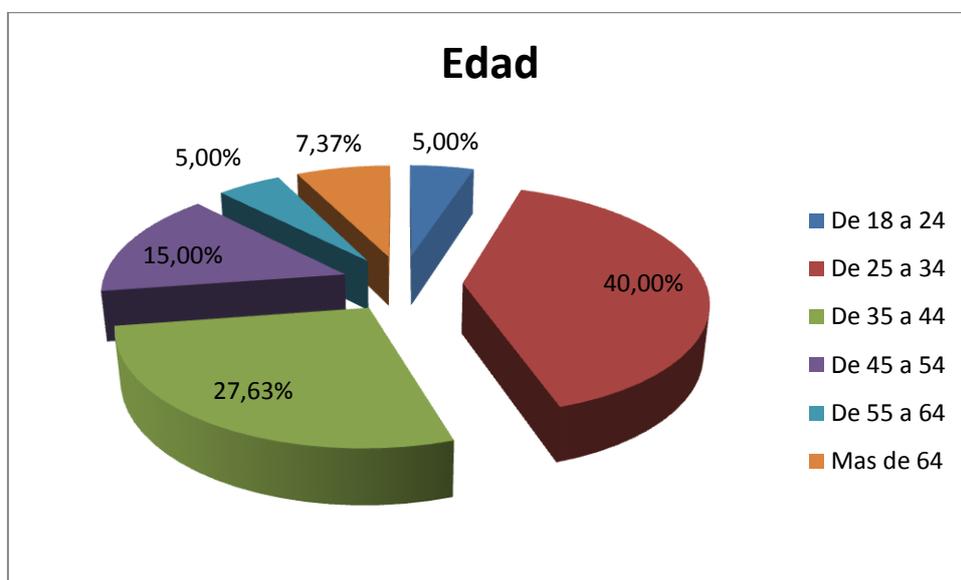
5. Edad

Tabla 35. Edad

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
De 18 a 24 años	19	5,00%
De 25 a 34 años	152	40,00%
De 35 a 44 años	105	27,63%
De 45 a 54 años	57	15,00%
De 55 a 64 años	19	5,00%
Más de 64 años	28	7,37%
Total	380	100,00%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Gráfico 12. Edad



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Análisis: El 40% de los encuestados que visitan el Área Recreacional El Boliche oscila entre 25 a 34 años, el 27,63% son de 35 a 44 años, el 15% se encuentran en el rango de 45 a 54 años, el 7,37% las personas con más de 64 años, con el 5% los rangos de 18 a 24 años y con el mismo porcentaje los de 55 a 64 años.

Conclusiones: El ANRB es más visitado por turistas jóvenes a diferencia de los turistas de mayor edad, por lo tanto se debe aplicar un producto ecoturístico enfocado a turistas jóvenes de preferencia entre los 24 y 44 años.

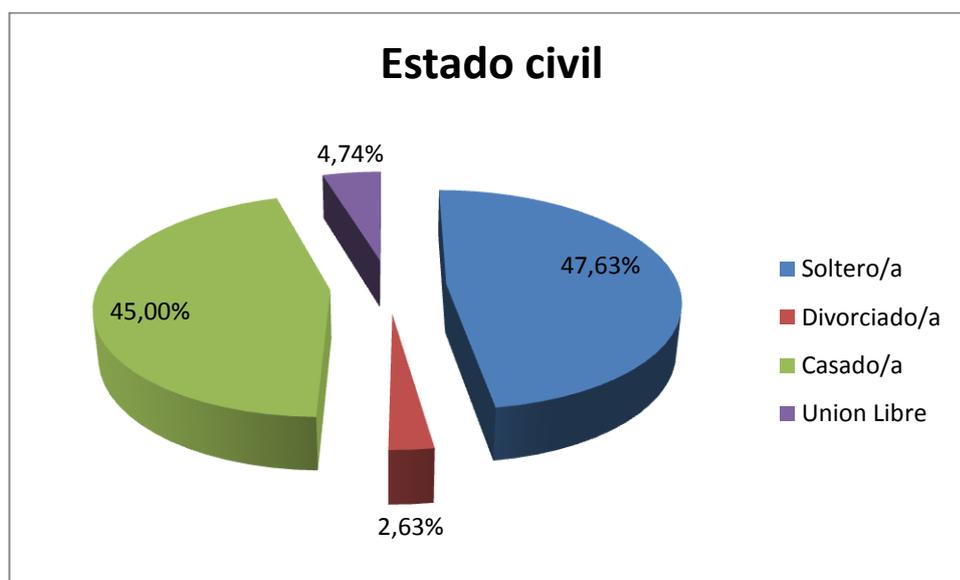
6. ¿Cuál es su Estado civil?

Tabla 36. Estado civil

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Soltero/a	181	47,63%
Divorciado/a	10	2,63%
Casado/a	171	45,00%
Unión Libre	18	4,74%
Total	380	100%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Gráfico 13. Estado civil



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Análisis: El 47,63% de los encuestados que visitan el Área Recreacional El Boliche son de estado civil solteros, el 45,00% son de estado civil casados, el 4,74% tienen unión libre y el 2,63% son divorciados.

Conclusiones: El mercado de mayor atractivo para un producto ecoturístico en el ANRB son los turistas de estado civil soltero y casados por lo que es pertinente diseñar un producto individual y familiar.

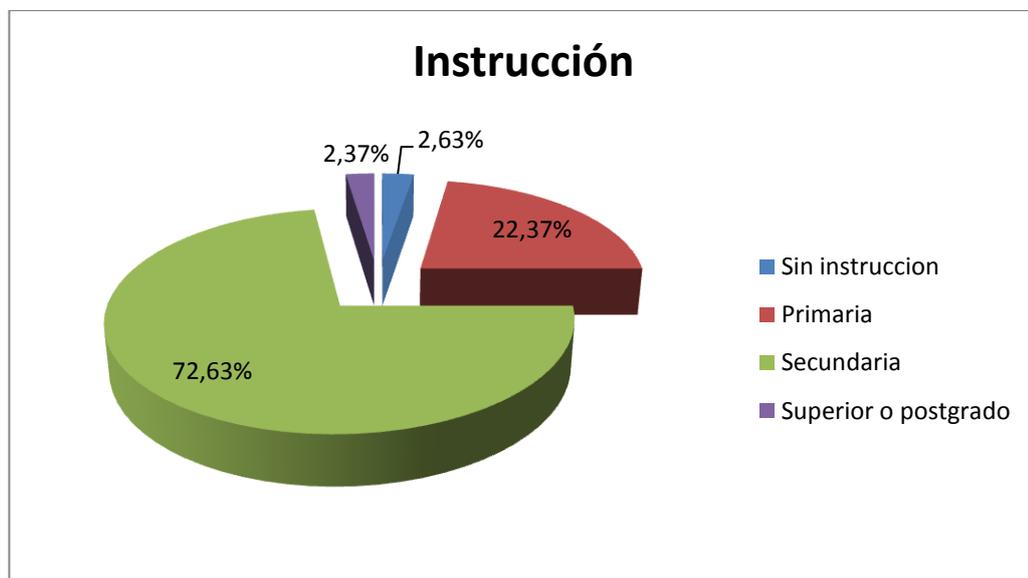
7. ¿Cuál es su instrucción?

Tabla 37. Instrucción

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Sin instrucción	10	2,63%
Primaria	85	22,37%
Secundaria	276	72,63%
Superior o postgrado	9	2,37%
Total	380	100%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Gráfico 14. Instrucción



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Análisis: El 72.63% de los encuestados que visitan el Área Recreacional El Boliche tienen instrucción secundaria, el 22,37% son de instrucción primaria, el 2,63% no tienen instrucción y el 2,37 % tienen instrucción superior y postgrado.

Conclusiones: El nivel de instrucción es un factor de bajo impacto en la realización de actividades turísticas, de ahí que la promoción de los servicios turísticos no requiera hacer cambios en cuanto a lenguaje o medios de comunicación especializados.

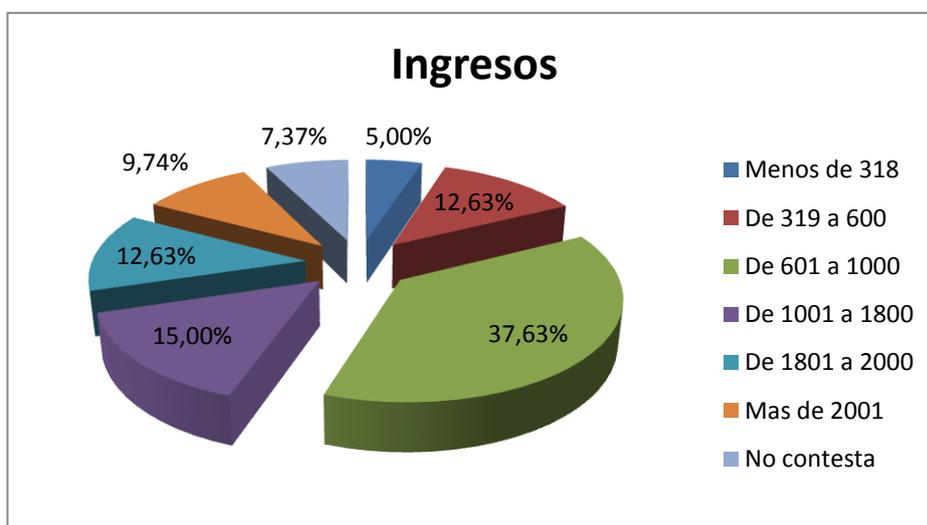
8. ¿Cuáles son sus Ingresos?

Tabla 38. Ingresos

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Menos de 318	19	5,00%
De 319 a 600	48	12,63%
De 601 a 1000	143	37,63%
De 1001 a 1800	57	15,00%
De 1801 a 2000	48	12,63%
Más de 2001	37	9,74%
No contesta	28	7,37%
Total	380	100,00%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Gráfico 15. Ingresos



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Análisis: El 37,63% de los encuestados que visitan el Área Recreacional El Boliche tienen un ingreso de 601 a 1.000, el 15,00% tienen ingresos de 1.001 a 1.800, el 12,63% tienen ingreso de 1.801 a 2.000 y con similar porcentaje el rango de ingresos de 319 a 600, el 9,74% tienen ingresos superiores a 2.001 dólares, el 7,37% no contestan y el 5,00 % de 1.801 a 2.000 dólares.

Conclusiones: Se puede concluir que el segmento de mercado de mayor relevancia respecto del ingreso son los turistas que reciben más de 600 dólares mensuales, parámetro a tomar en cuenta al momento de diseñar el producto ecoturístico.

9. ¿Acostumbra a visitar Parques Nacionales y áreas protegidas?

Tabla 39: Visitas a parques Nacionales y áreas protegidas

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	276	72,63%
No	104	27,37%
Total	380	100,00%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Gráfico 16. Visitas a parques Nacionales y áreas protegidas



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Análisis: El 72,63% de los encuestados acostumbran a visitar parques nacionales y áreas protegidas, el 27,37% no los visitan.

Conclusión: Existe un gran grupo de personas que gustan de la visita a parques nacionales y áreas protegidas como forma de turismo, por lo que el desarrollo de un producto ecoturístico puede tener una demanda relevante en especial en los turistas nacionales.

10. ¿Es la primera vez que visita el Área Recreacional El Boliche?

Tabla 40. Visita el Área Recreacional El Boliche

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	190	52,78%
No	170	47,22%
Total	360	100,00%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Gráfico 17. Visita por primera vez al área recreacional El Boliche



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Análisis: El 52,78% de los encuestados visitaban el Área Recreacional El Boliche por primera vez, mientras que el 47,22% ya la habían visitado en veces anteriores.

Conclusión: Es relevante para el estudio que más de la mitad de encuestados visiten por primera vez el Área, denotando que la afluencia de turistas nuevos establece un segmento de alto potencial para diseñar productos y servicios, pero que también se pueden diseñar actividades para los visitantes recurrentes, mejorando su estadía y satisfacción.

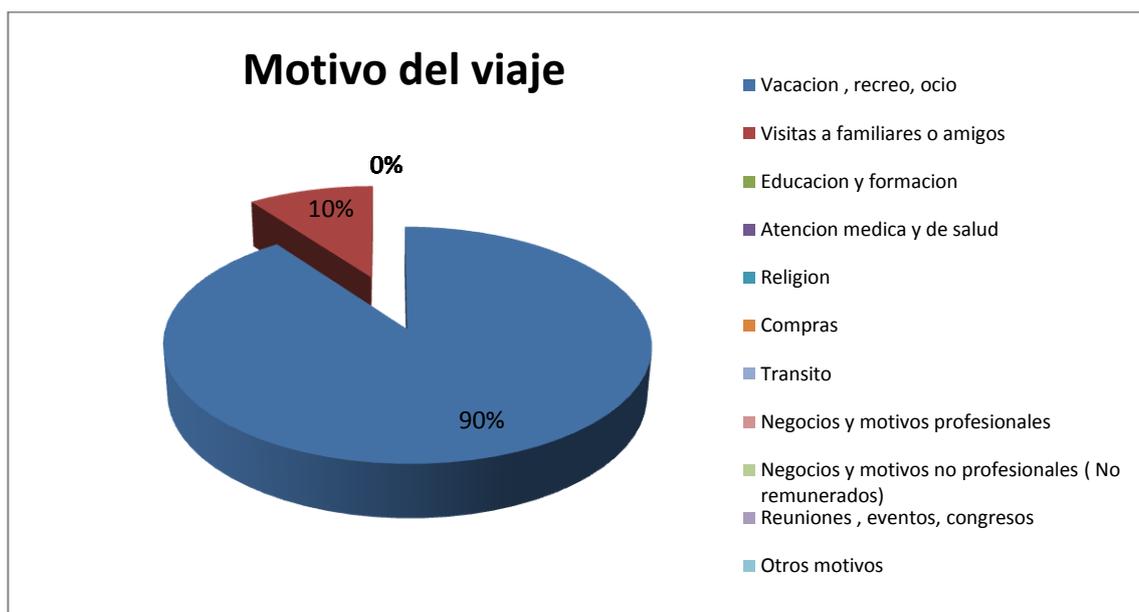
11. ¿Cuál fue el motivo principal de este viaje?

Tabla 41. Motivo del viaje

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Vacación , recreo, ocio	342	90,00%
Visitas a familiares o amigos	38	10,00%
Educación y formación	0	0,00%
Atención medica y de salud	0	0,00%
Religión	0	0,00%
Compras	0	0,00%
Transito	0	0,00%
Negocios y motivos profesionales	0	0,00%
Negocios y motivos no profesionales (No remunerados)	0	0,00%
Reuniones , eventos, congresos	0	0,00%
Otros motivos	0	0,00%
Total	380	100,00%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Gráfico 18. Motivo principal del viaje



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Análisis: En el 90% de los encuestados el motivo de viaje son vacaciones, recreo y ocio, como segunda opción con el 10% se registra la visita a familiares.

Conclusión: Los servicios de alojamiento, alimentación y recreación deben combinarse para crear una oferta que cumpla con las expectativas de los turistas teniendo en cuenta que su motivación principal es el esparcimiento.

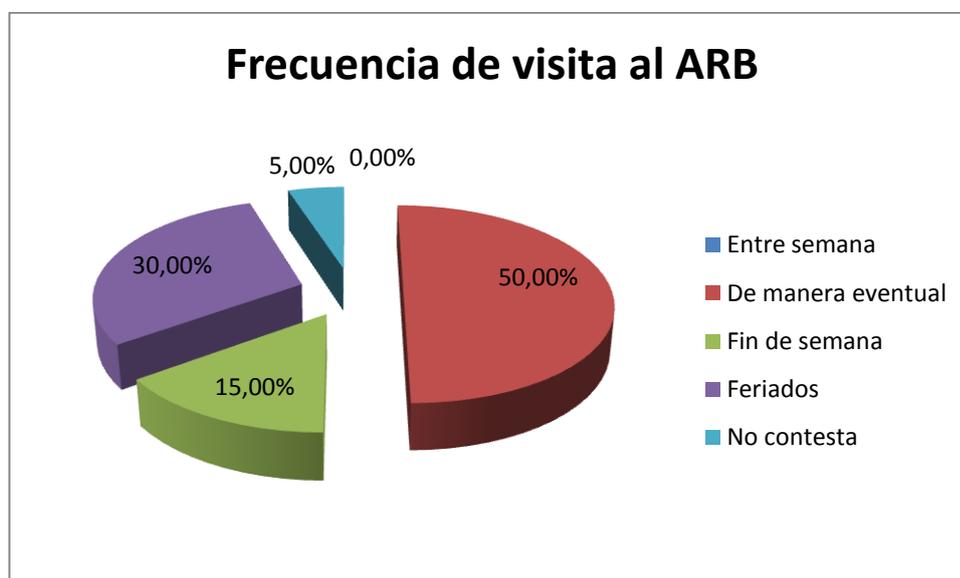
12. ¿Con que frecuencia visita el Área Recreacional El Boliche?

Tabla 42. Frecuencia de visita al ANRB

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Entre semana	0	0,00%
De manera eventual	190	50,00%
Fin de semana	57	15,00%
Feridos	114	30,00%
No contesta	19	5,00%
Total	380	100,00%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Gráfico 19. Frecuencia de visita al ANRB



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Análisis El 50,00% de los encuestados visitan el Área Recreacional El Boliche de manera eventual, el 30 % visitan en feriados, el 15,00% visitan el fin de semana y el 5% no contestan.

Conclusión: La visita de los turistas es en su mayoría eventual, de ahí el escaso desarrollo de productos que incentiven la pernoctación y la permanencia en el ANRB.

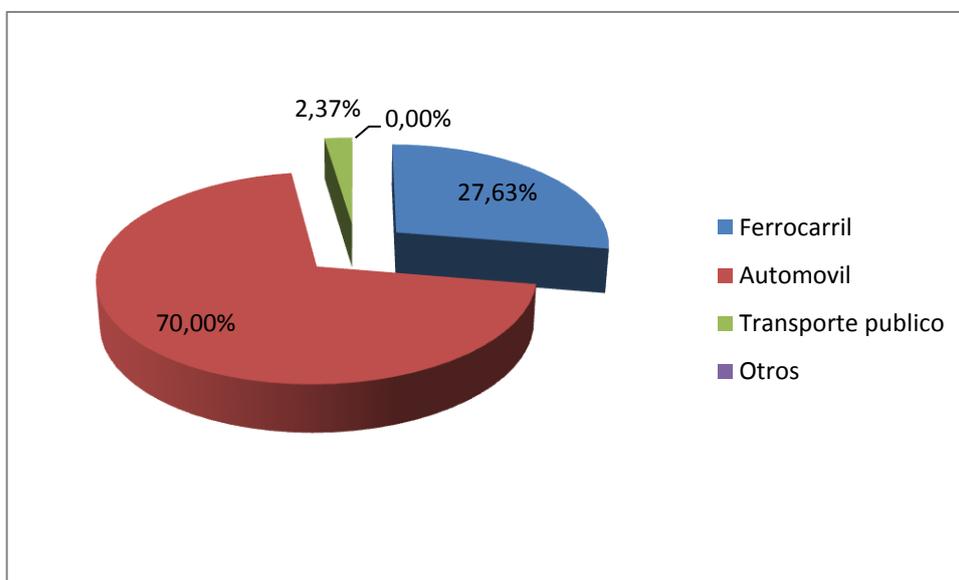
13. ¿Por qué medio se traslado al ANRB?

Tabla 43. Tipo de traslado hacia el ANRB

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Ferrocarril	105	27,63%
Automóvil	266	70,00%
Transporte publico	9	2,37%
Otros	0	0,00%
Total	380	100,00%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Gráfico 20. Tipo del traslado hacia ANRB



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Análisis El 70% de los encuestados se traslada al Área Recreacional el Boliche en automóvil, el 27,63 % se traslada en ferrocarril y 2,37 % se trasladan en transporte público.

Conclusión: Los turistas se trasladan más en automóvil que en ferrocarril, a pesar de que uno de los atractivos más relevantes de la zona es la posibilidad de viajar por las vías férreas, es menester entonces desarrollar variantes del producto que incluyan el transporte en ferrocarril y otras que solo tengan en cuenta las actividades a realizar directamente en el ANRB.

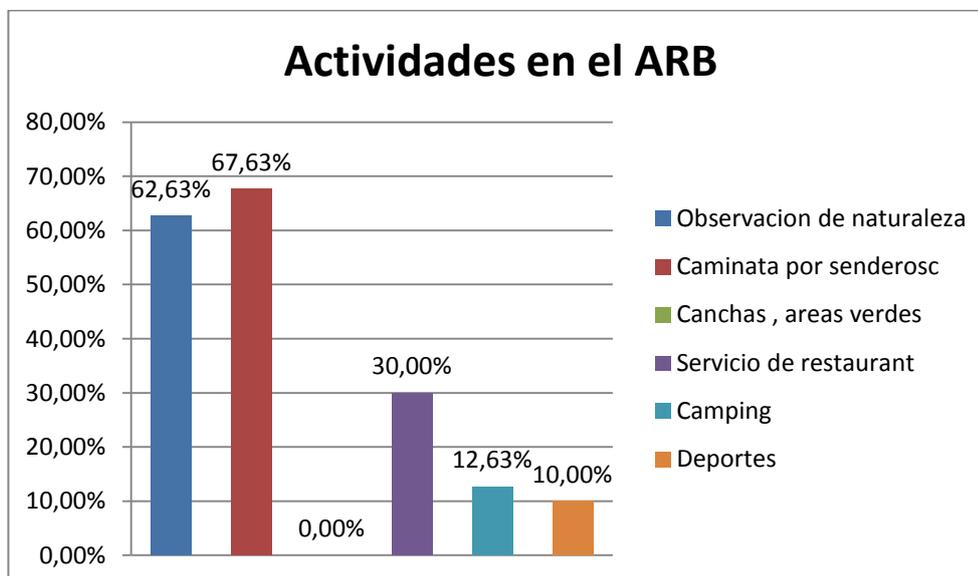
14. ¿Qué actividades realiza cuando visita el ANRB?

Tabla 44. Actividades realizadas en el ANRB

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Observación de naturaleza	238	62,63%
Caminata por senderos	257	67,63%
Canchas , áreas verdes	0	0,00%
Servicio de restaurant	114	30,00%
Camping	48	12,63%
Deportes	38	10,00%
Total	695	

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Gráfico 21. Actividades realizadas en el ANRB



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Análisis El 67,63% de los encuestados realizan actividades relacionadas a caminatas por senderos, el 62,63 realizan observación de naturaleza, el 30% ocupan el servicio de restaurant , el 12,63 realizan camping, y el 10% se dedican a los deportes en el área.

Conclusiones: Los mayores atractivos del ANRB son: la observación a la naturaleza, caminata por senderos y el servicio de alimentación, estos deben ser los ejes fundamentales para la promoción del nuevo producto.

15. ¿Cuánto tiempo permanece cuando visita el ANRB?

Tabla 45. Tiempo de permanencia en ANRB

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Menos de 1 día	371	97,63%
De 1 a 2 días	9	2,37%
De 2 a 3 días	0	0,00%
Más de 3 días	0	0,00%
Total	380	100,00%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Gráfico 22. Tiempo de permanencia en el ANRB



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Análisis: El 97,63% de los encuestados permanecen menos de un día en el área, y el 2,37% permanecen de 1 a 2 días.

Conclusión: Podemos observar que los turistas prefieren permanecer un día lo que obliga a crear variantes del producto sin alojamiento, concentrándose en el desarrollo de las actividades de recreación en especial la observación y el senderismo.

16. ¿Con quien realiza la visita?

Tabla 46. Con quien realiza la visita

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Solo	10	2,63%
Familia	247	65,00%
Pareja	29	7,63%
Amigos	38	10,00%
No contesta	57	15,00%
Total	380	100,00%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Gráfico 23. Con quien realiza la visita



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Análisis : El 64,83% de los encuestados realizan la visita al área con su familia , el 14,96% no contesta la pregunta, el 9,97% visitan con sus amigos y el 7,61% visitan con sus parejas por último el 2,62% realizan la visita solos.

Conclusiones: Se puede concluir que las visitas al ANRB lo realizan en familia y amigos por lo que se deben diseñar actividades grupales y aprovechar los espacios de naturaleza que puedan albergar a gran cantidad de gente, además del diseño de actividades recreativas temáticas grupales.

17. ¿Cómo organizo su viaje?

Tabla 47. Organización del viaje

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Paquete turístico comprado en el país de residencia a una agencia de viajes	0	0%	0	0,00%
El viaje lo organizo por propia cuenta sin usar el paquete turístico	36	90%	342	90,00%
Paquete turístico comprado en el país de visita a una agencia de viajes	3	8%	29	7,63%
Otros (pagina web)	1	3%	9	2,37%
Total	40	100%	380	100,00%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Gráfico 24. Organización del viaje



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Análisis: El 90,00% de los encuestados realizan la visita al Área Recreacional El Boliche por su propia cuenta y el 7,63 adquieren por un paquete turístico y el 2,37 adquieren la compra de un paquete turístico por página web.

Conclusiones: Los turistas realizan la visita por su propia cuenta, puesto que son muy pocas las empresas que promocionan productos turísticos al visitante, en su mayoría quienes realizan la visita contratando algún tipo de paquete lo hacen por medio del ferrocarril.

18. ¿Qué tipos de servicios comprendió el paquete turístico comprado?

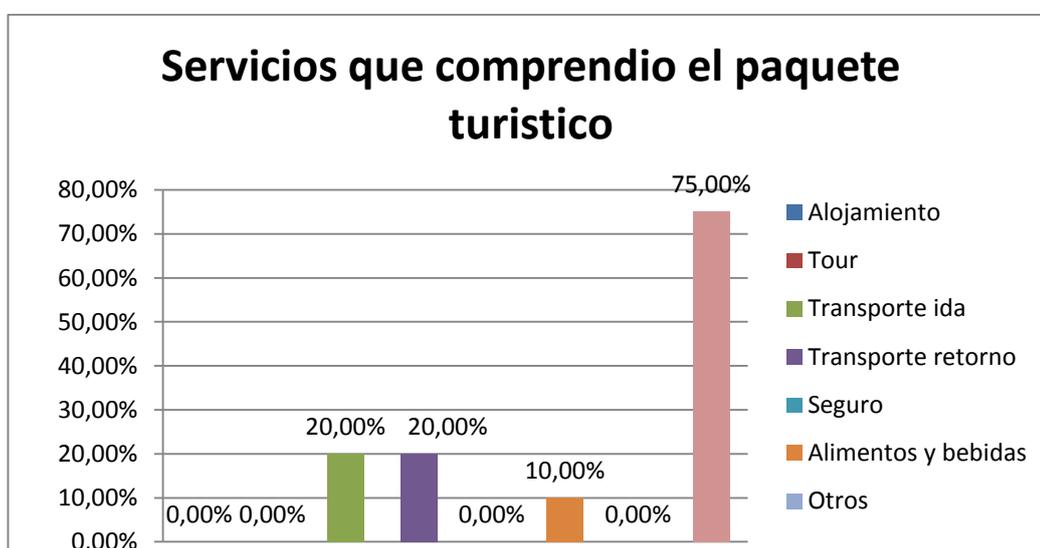
Tabla 48. Servicios que comprendió en el paquete turístico

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Alojamiento	0	0,00%
Tour	0	0,00%
Transporte ida	76	20,00%
Transporte retorno	76	20,00%
Seguro	0	0,00%
Alimentos y bebidas	38	10,00%
Otros	0	0,00%
Ninguno	285	75,00%
Total	475	100,00%

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Ericka Muñoz

Gráfico 25. Oferta de servicios



Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Ericka Muñoz

Análisis: El 75,00% de los encuestados no recibieron ningún servicio puesto que en su mayoría visitaron el ANRB por cuenta propia, para el 20 % el paquete turístico incluyó transporte de ida y retorno, un 10% recibió el servicio de alimentos y bebidas.

Conclusiones: Los turistas realizan la visita por su propia cuenta ya que no tienen un producto eco turístico que se pueda transmitir al turista, y muy poco porcentaje adquieren por paquetes turísticos como el ferrocarril.

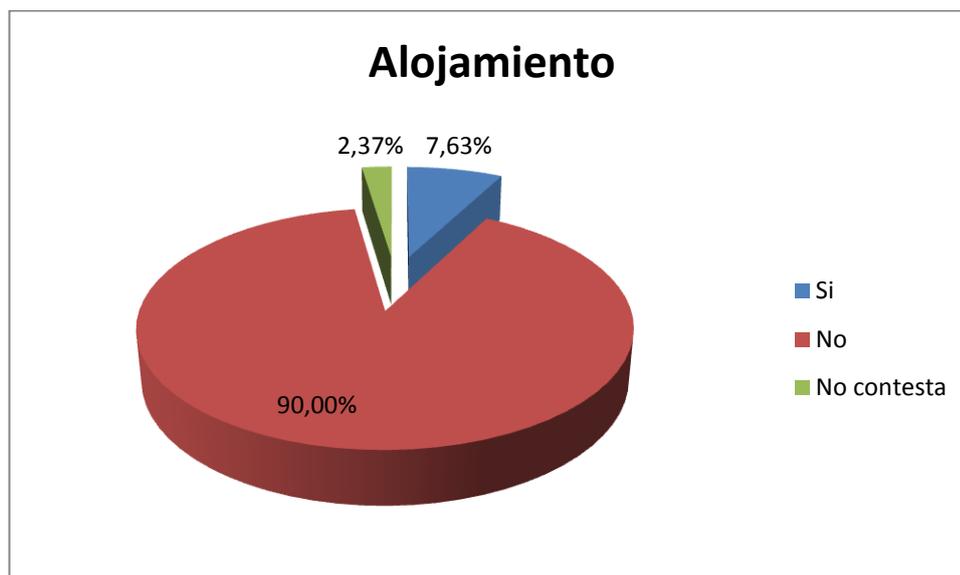
19. ¿Alguna vez se ha alojado en el Área Recreacional el Boliche?

Tabla 49. Alojamiento en el ANRB

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	29	7,63%
No	342	90,00%
No contesta	9	2,37%
Total	380	100,00%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Gráfico 26. Alojamiento del ANRB



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Análisis: El 90% de turistas no se alojan en el Área Recreacional El Boliche y el 7,63% se alojan, el 2,37% no contesta.

Conclusiones: El turista al no contar con un producto eco turístico no se aloja en el área, y prefieren pasar una mañana y retornar.

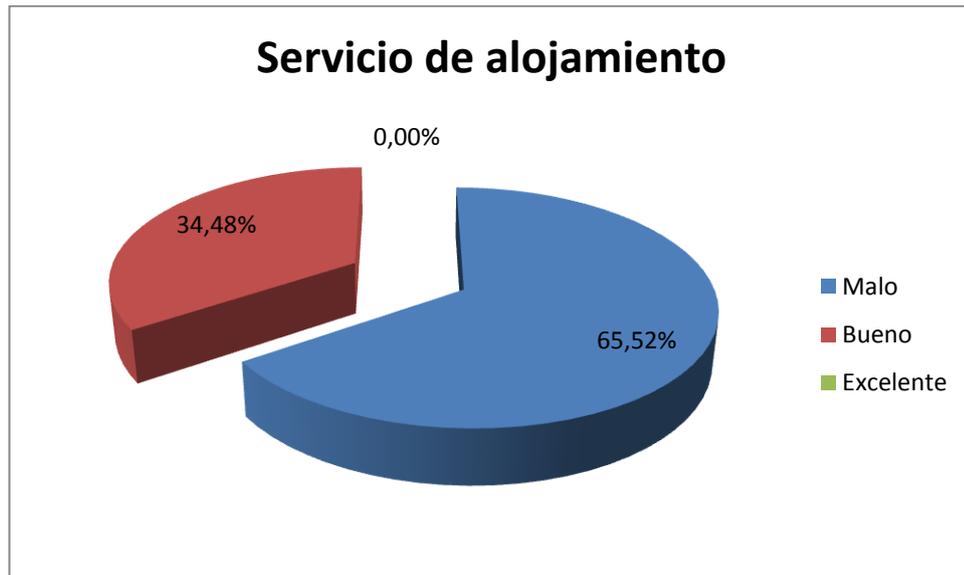
20. ¿Cómo calificaría al servicio de alojamiento?

Tabla 50. Servicio de alojamiento

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Malo	19	65,52%
Bueno	10	34,48%
Excelente	0	0,00%
Total	29	100,00%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Gráfico 27. Servicio de alojamiento



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Análisis: El 65,62% consideran que es malo el servicio de alojamiento, el 34,48% consideran que es bueno.

Conclusiones: Se puede concluir que la mayor parte de turistas consideran que el servicio de alojamiento es malo, y un poco porcentaje que es bueno, por tal razón es necesario mejorar la infraestructura en las cabañas y sectores de camping para incentivar la pernoctación y diseñar paquetes de mayor estadia para el turista.

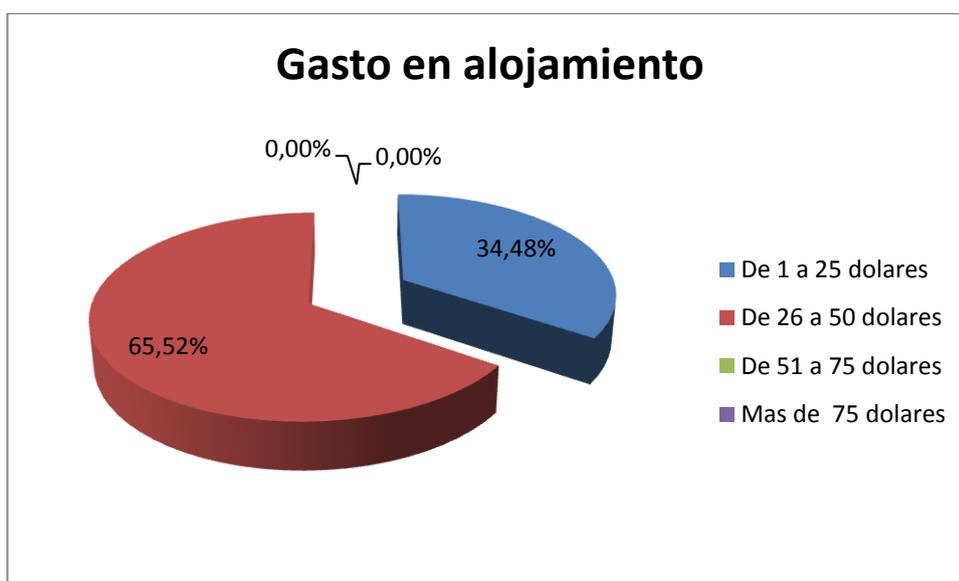
21. En su visita ¿Cuánto gastó promedio en alojamiento diario en el Área Nacional Recreacional el Boliche

Tabla 51. Gasto en alojamiento

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
De 1 a 25 dólares	10	34,48%
De 26 a 50 dólares	19	65,52%
De 51 a 75 dólares	0	0,00%
Más de 75 dólares	0	0,00%
Total	29	100,00%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Gráfico 28. Gasto promedio en alojamiento



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Análisis: El 65,52% tienen un gasto de 26 a 50 dólares y el 34,48% de 1 a 25 dólares, en el resto de rangos no se registró respuestas.

Conclusiones: A pesar de las condiciones poco atractivas del alojamiento, el costo pagado por el turista es superior, de ahí que se deba mejorar las instalaciones y mejorar la relación calidad vs. precio, en busca de conseguir su satisfacción.

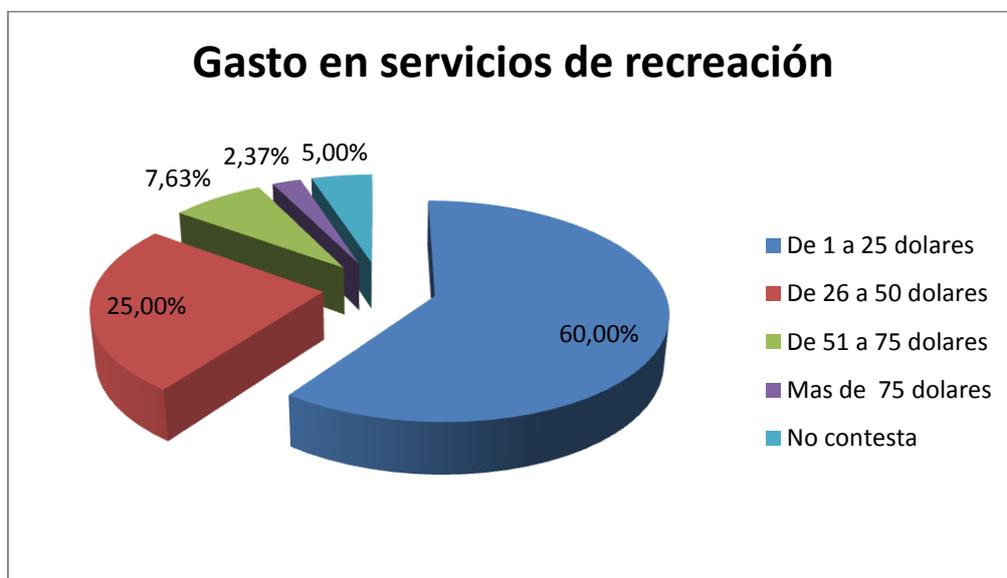
22. En su visita ¿cuánto gastó promedio en el servicios de recreación?

Tabla 52. Gasto en los servicios de recreación

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
De 1 a 25 dólares	228	60,00%
De 26 a 50 dólares	95	25,00%
De 51 a 75 dólares	29	7,63%
Más de 75 dólares	9	2,37%
No contesta	19	5,00%
Total	380	100,00%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Gráfico 29. Gasto promedio en servicios de recreación



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Análisis: El 60,00% tienen un gasto promedio de 1 a 50 dólares, el 25,00% de 26 a 50 dólares, 7,63% de 51 a 75 dólares, 2,37% más de 75 dólares, y 5% no contesta.

Conclusiones: Para el desarrollo de un producto eco turístico se debe enfocar para un segmento de mercado de clase media, media baja.

23. ¿Cómo califica usted al servicio de recreación?

Tabla 53. Servicio de recreación

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Malo	48	12,63%
Bueno	295	77,63%
Excelente	8	2,11%
No contesta	29	7,63%
Total	380	100,00%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Gráfico 30. Calificación en servicio de recreación



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Análisis: El 77,63% es calificado bueno el servicio de recreación por el turista, el 12,63% es calificado malo, 7,63% no contesta y el 2,11% es calificado excelente.

Conclusiones: El turista se encuentra conforme con la prestación de servicios pero al crear un producto eco turístico se desea lograr que el turista perciba mejor calidad en los servicios de recreación, para ello será necesario establecer itinerarios y apoyarse en todos los recursos disponibles en el ANRB.

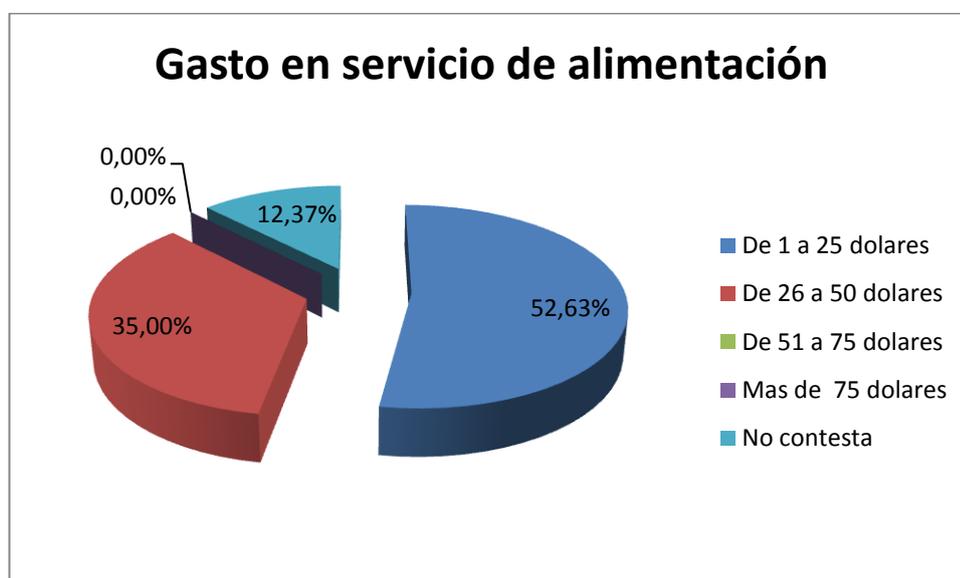
24. En su visita ¿cuánto gastó promedio en el servicios de alimentación?

Tabla 54. Servicio de alimentación

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
De 1 a 25 dólares	200	52,63%
De 26 a 50 dólares	133	35,00%
De 51 a 75 dólares	0	0,00%
Más de 75 dólares	0	0,00%
No contesta	47	12,37%
Total	380	100,00%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Gráfico 31. Gasto promedio en servicio de alimentación



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Análisis: El 52,63% el turista tiene un gasto promedio de 1 a 25 dólares, el 35% tienen un gasto promedio de 26 a 50 dólares y el 12,37 % no contesta.

Conclusiones: Es necesario que el servicio de alimentación se consolide y forme parte de la oferta del producto turístico, reduciendo los costos para lograr mayor afluencia de turistas.

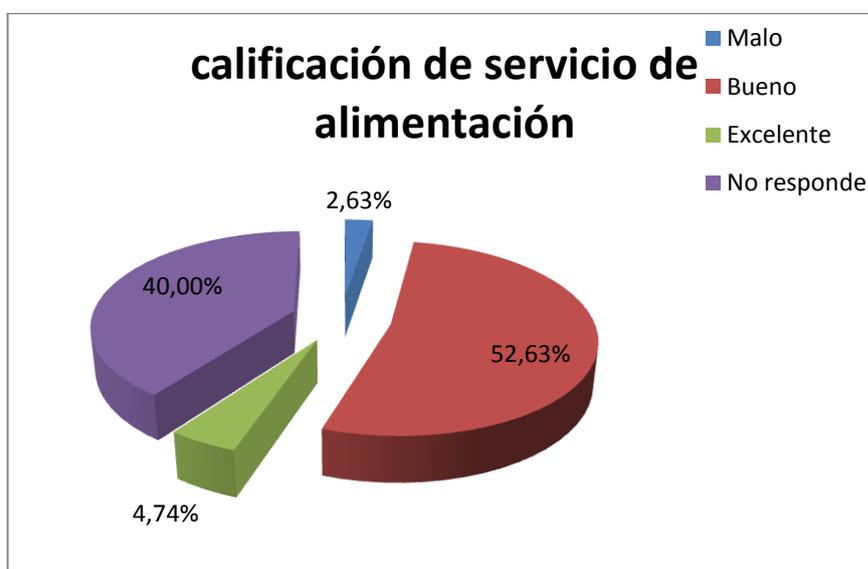
25. ¿Cómo califica usted al servicio de alimentación?

Tabla 55. Calificación en Servicio de alimentación

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Malo	10	2,63%
Bueno	200	52,63%
Excelente	18	4,74%
No responde	152	40,00%
Total	380	100,00%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Gráfico 32. Calificación de servicio de alimentación.



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Análisis: El 52,63% el turista califica al servicio de alimentación como bueno, el 40% no responden, 4,74% lo consideran excelente y el 2,63% como malo.

Conclusiones: Se puede concluir que la mayoría de turistas consideran bueno el servicio de alimentación pero el otro porcentaje no responden, por lo tanto se debe realizar una revisión sobre el menú a ofertar, a fin de mejorar la calidad de los platos y garantizar las buenas prácticas de manufactura.

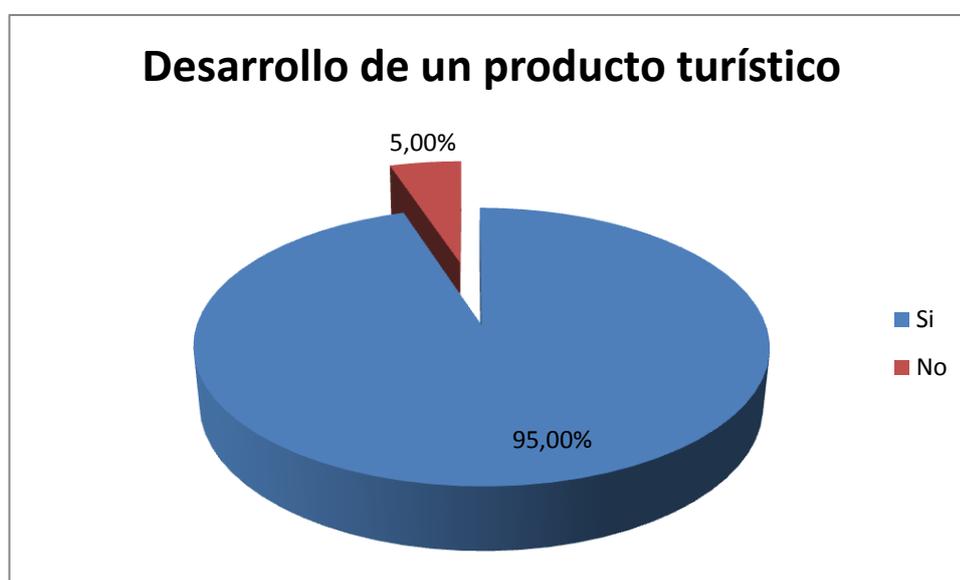
26. ¿Le gustaría adquirir un producto turístico ecológico, que incluya visitas de observación, caminatas, viaje en tren, alojamiento, alimentación y actividades recreacionales en el ANRB?

Tabla 56. Desarrollo de un producto turístico

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	361	95,00%
No	19	5,00%
Total	380	100,00%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Gráfico 33. Desarrollo de un producto turístico



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Análisis: El 95,00% de los turistas consideran que es necesario el desarrollo de un producto ecoturístico en el área, y el 5% no está de acuerdo.

Conclusiones: Se puede concluir que la mayoría de turista está de acuerdo en el desarrollo de un producto turístico que incluya todo, por lo tanto es recomendable su diseño como motor de promoción del Área.

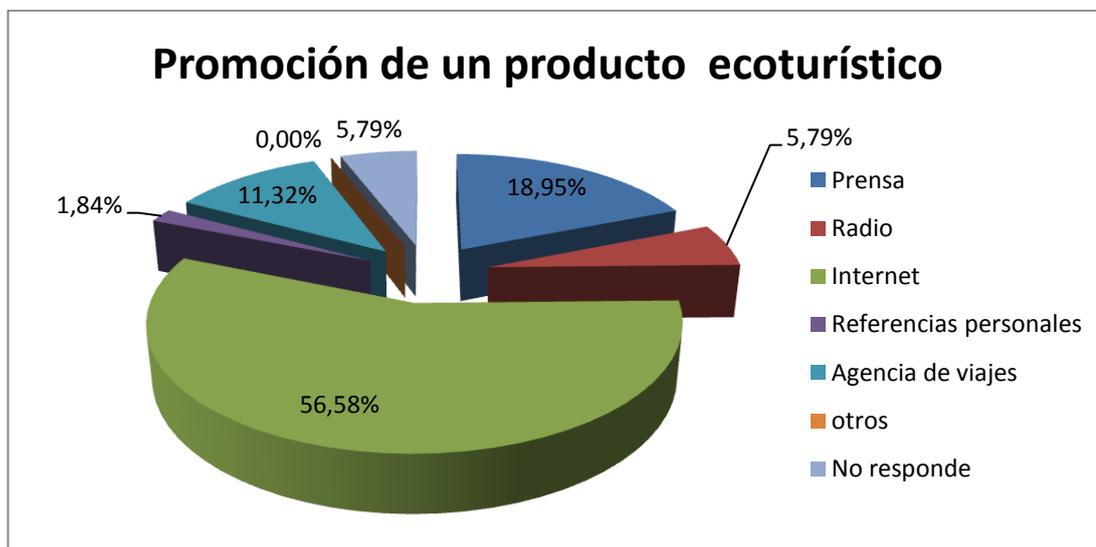
27. ¿Por qué medio le gustaría enterarse de la existencia de este producto?

Tabla 57. Promoción de producto turístico

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Prensa	72	18,95%
Radio	22	5,79%
Internet	215	56,58%
Referencias personales	7	1,84%
Agencia de viajes	43	11,32%
otros	0	0,00%
No responde	22	5,79%
Total	380	100,00%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Gráfico 34. Promoción de un producto eco turístico



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ericka Muñoz

Análisis: El 56,58% de turistas desean la promoción de un producto ecoturístico por medio del internet, el 18,95% por medio de prensa, el 11,32% por medio de agencia de viajes, el 5,79% no responde, y el 1,84 por medio de referencias personales.

Conclusiones: Es necesario que la promoción del producto ecoturístico se realice principalmente vía internet ya que este es el medio de mayor contacto para el turista, además de la prensa por su característica masiva.

De acuerdo a las encuestas los aspectos más relevantes son:

- El Área Recreacional El Boliche recibe mayor cantidad de visitas de turistas internos, siendo la población adulta es la de mayor intención de visita, en especial de nivel socioeconómico medio.
- La tendencia de visita a parques nacionales y áreas protegidas es alta, los turistas buscan principalmente servicios de alojamiento, alimentación y recreación; siendo el de mayor peso el primero pues fomenta la pernoctación, lo que genera mayor cantidad de ingresos por la actividad turística.
- Los atractivos del Área Recreacional El Boliche son la observación a la naturaleza, caminata por senderos y el servicio de alimentación, estos deben ser los ejes fundamentales para la promoción del nuevo producto.
- Los turistas realizan la visita por su propia cuenta, siendo el principal medio de transporte el ferrocarril, consideran que el servicio de alojamiento es malo, siendo necesario mejorar la infraestructura en las cabañas y sectores de camping para incentivar la pernoctación y diseñar paquetes de mayor estadía para el turista.
- Es necesario que el servicio de alimentación se consolide y forme parte de la oferta del producto turístico, reduciendo los costos para lograr mayor afluencia de turistas.
- Se puede concluir que la mayoría de turista están de acuerdo del desarrollo de un producto turístico que tenga características all inclusive.

2.4 Demanda turística en la zona.

La demanda turística según la OMT (2009, pág. 61), está conformada por el número total personas que viajan o tienen la intención de hacerlo a lugares distintos al de trabajo o residencia habitual. Ésta se clasifica en dos grupos, la demanda efectiva que corresponde a las personas que viajan con cierta regularidad, y a la no efectiva que tiene a su vez dos clasificaciones: la potencial pues la integran personas que en el futuro viajarán cuando sus circunstancias sociales y

económicas cambien, y la demanda diferida que la conforman quienes no han podido viajar por razones extremas.

La investigación desarrollada, se concentra en la cuantificación y proyección de la demanda turística efectiva y no efectiva potencial. Los datos recopilados en la investigación de mercado muestran que el Área Recreacional El Boliche en los últimos años ha experimentado un incremento sustancial de visitas, tal es así que en el año 2008 se registraron un total de 8.444 turistas y esa cifra al año 2012 se incremento hasta 39.332 personas. El crecimiento histórico de la demanda se muestra en la siguiente tabla:

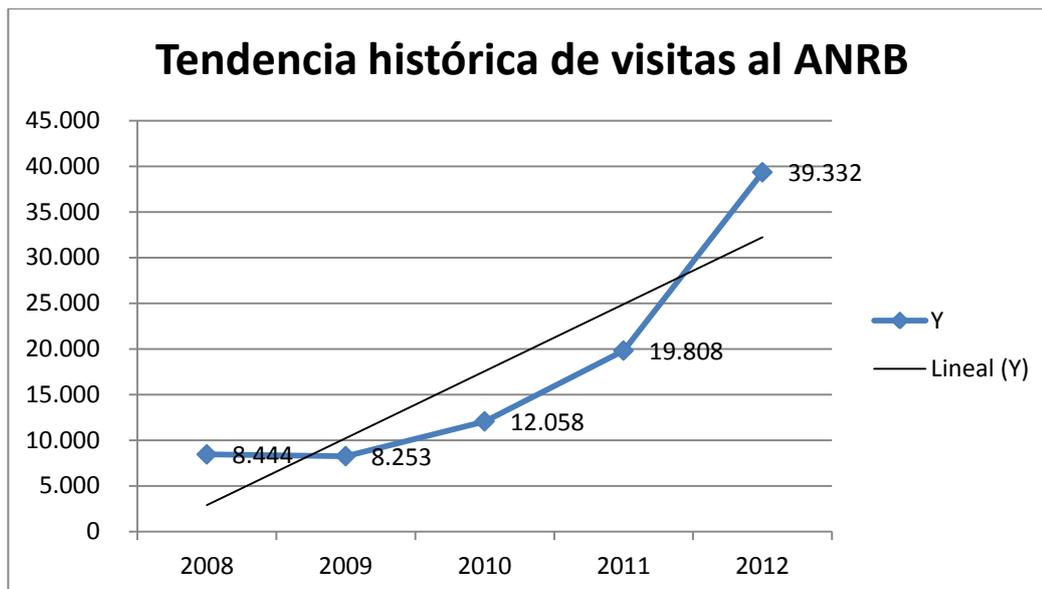
Tabla 58. Demanda histórica en número de visitantes al ANRB

Año	Turistas nacionales	Turistas Extranjeros	Total Turistas
2008	8.227	217	8.444
2009	8.124	129	8.253
2010	11863	195	12.058
2011	19412	396	19.808
2012	38376	956	39.332

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2012)

Es evidente que la demanda efectiva actual se concentra mayormente en los turistas nacionales, lo que invita a concluir que en gran medida el destino tiene gran cantidad de excursionistas que lo visitan sin pernoctación. En cuanto a la cantidad de turistas extranjeros su participación porcentual es muy baja, por lo que el segmento de mayor atractivo para el diseño de un producto ecoturístico será el turismo interno.

Gráfico 35. Demanda histórica en número de visitantes al ANRB



Fuente: (Ministerio de Turismo, 2012)

A partir de la serie histórica de visitantes al Área Recreacional El Boliche, se ha establecido una proyección en función del Método de Mínimos Cuadrados, por medio de una regresión lineal simple, la misma que relaciona la variable dependiente que es la cantidad de visitantes y la variable independiente que para el caso son los años. La relación de ambas variables se establece a través de la ecuación de la recta:

$$Y = a + bx$$

Donde;

—

—

La siguiente tabla muestra la proyección de la demanda histórica expresada en número de visitantes al ANRB:

Tabla 59. Proyección de la cantidad de turistas que visitaron el ANRB

Años	y PAX	X	(X*Y)	X²	Y²
2008	8.444	-2	(16.888,00)	4	71.301.136,00
2009	8.253	-1	(8.253,00)	1	68.112.009,00
2010	12.058	0	-	0	145.395.364,00
2011	19.808	1	19.808,00	1	392.356.864,00
2012	39.332	2	78.664,00	4	1.547.006.224,00
TOTALES	87.895		73.331,00	10	2.224.171.597,00

— —
— —

Reemplazando en la fórmula se obtiene:

	a	+	b *	x	Y
2013	17.579,00		7.333,10	3	39.578,00
2014	17.579,00		7.333,10	4	46.911,00
2015	17.579,00		7.333,10	5	54.245,00
2016	17.579,00		7.333,10	6	61.578,00
2017	17.579,00		7.333,10	7	68.911,00
2018	17.579,00		7.333,10	8	76.244,00

Elaborado por: Ericka Muñoz

De acuerdo a la proyección realizada el total de turistas que visitarán el Área de Recreación El Boliche se incrementa de 39.578 a 76.244 en espacio de cinco años. Para comprobar que la tendencia futura es adecuada se ha calculado el coeficiente de correlación de acuerdo a la siguiente fórmula:

—————
—————
—————

El coeficiente de correlación es equivalente a 0,89 lo que indica que los resultados de la proyección son confiables dada su cercanía a la unidad.

2.5 Oferta turística en la zona.

La oferta se define como “la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado” (Baca, 2001, pág. 43).

En materia de turismo la oferta “está conformada conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo” (González, 2009, pág. 51)

En correspondencia a los conceptos anteriores, se ha estimado la oferta en función de las respuestas obtenidas en la pregunta número nueve de la investigación cuantitativa, que define como los turistas encuestados planificaron su viaje y del cual se deriva que el 7,63% lo ha realizado a través de la adquisición de un paquete turístico a través de una agencia de viajes. En tal virtud la cobertura de la oferta se estima de la siguiente manera:

Tabla 60. Cuantificación de la oferta

	DEMANDA	OFERTA
	Turista ANRB	# Personas que llega con un Tour o producto (7,63%)
2013	39.578	3020
2014	46.911	3580
2015	54.245	4140
2016	61.578	4699
2017	68.911	5259
2018	76.244	5819

Elaborado por: Ericka Muñoz

2.6 Evaluación de potencialidades.

La evaluación de las potencialidades del Área Recreacional El Boliche, se han definido en primera instancia a partir de la obtención de la demanda insatisfecha y del establecimiento de aproximaciones que permitieron identificar el mercado objetivo del producto.

2.6.1 Demanda insatisfecha.

La demanda insatisfecha de servicios turísticos se ha calculado respecto del número potencial de turistas que visitarán el Área Recreacional El Boliche, restando

la cantidad de personas que se estima contraten un paquete turístico en agencias de viaje, tal como se expresa a continuación:

Tabla 61. Demanda insatisfecha

	DEMANDA	OFERTA	D - O
	Turista ANRB	# Personas que llega con un Tour o producto	Demanda potencial insatisfecha
2013	39.578	3020	36.558
2014	46.911	3580	43.331
2015	54.245	4140	50.105
2016	61.578	4699	56.879
2017	68.911	5259	63.652
2018	76.244	5819	70.425

Elaborado por: Ericka Muñoz

Se espera que la demanda potencial de un producto turístico se proyecte entre 36.558 y 70.425 turistas para los próximos cinco años.

2.7 Determinación de las Fortalezas y Debilidades.

A partir del análisis interno del Área recreacional El Boliche, se obtuvieron las principales fortalezas y debilidades que posee el destino, entendiéndose las primeras como las ventajas competitivas que el Área posee y que le diferencian de otras reservas naturales, y las segundas como los aspectos que requieren ser mejorados para que el lugar sea considerado de alta relevancia en el circuito turístico nacional. En la siguiente tabla se muestran las fuerzas identificadas para cada componente de la matriz FODA.

Fortalezas

- Área protegida con potencial turístico.
- Variedad de senderos para observación de la flora.
- Infraestructura de alojamiento.
- Existe en el área variedad de fauna.
- Megadiversidad de flora en el área.
- En el área existe un registro de los turistas que visitan el sitio.
- En el área existe vigilancia para seguridad del turista.
- Infraestructura de restaurant donde ofrece variedad de platos típicos.
- La población participa de diversos servicios relacionados con el turismo en

el ANRB.

- Existen vías de acceso que permiten el ingreso de transporte público, rentado o particular.
- La entrada al área es gratuita tanto para el turista nacional como extranjero.
- La estación del Ferrocarril constituye uno de los principales atractivos y medio de ingreso al ANRB.
- Convenios de administración auspiciados por el Ministerio del Medio Ambiente (MAE -Empresa Waponni)
- Existe un monitoreo constante sobre la biodiversidad.
- En los últimos años se ha observado un gran apoyo interinstitucional por parte del MAE.

Debilidades

- El turista visita el ANRB de forma eventual
- Escasa participación en las actividades del área por parte de la comunidad de Romerillos
- Poca variedad de actividades recreacionales en el área
- Infraestructura al interior del área deteriorada o requiere mantenimiento
- Las unidades de transporte no abastecen la demanda de turistas y comuneros
- Escasa promoción turística en mercados internacionales
- Poca promoción a través de intermediarios (agencias operadoras y de viaje)
- Deficiente infraestructura de alojamiento y alimentación
- Falta Coordinación entre la empresa Waponni y la comunidad
- Poca participación de los habitantes de la comunidad de Romerillos en el ANRB
- Deficientes planes de gestión de riesgos y seguridad para la ejecución de actividades turísticas
- Falta de capacitación al personal que participa en las actividades tales como servicio de restaurante, atención al cliente y guías para el turista en el ANRB
- Problemas en infraestructura vial en lo que respecta el camino hacia el ANRB
- Falta de señalización en toda el ANRB
- Dificultad de acceso a servicios básicos y telecomunicaciones

- Nivel bajo de educación para la comunidad de Romerillos
- No existe sociabilización de la comunidad por parte de la empresa Capona
- Conflictos entre la comunidad y la empresa Waponni
- Conflictos entre los comuneros, bajo nivel de representación y poca unidad

2.8 Determinación de las Oportunidades y Amenazas.

El análisis externo realizado, el aporte de las entrevistas y encuestas permiten la identificación de las oportunidades y amenazas que posee el Área Recreacional El Boliche para la creación de un producto ecoturístico. Las oportunidades representan los factores externos positivos que pueden contribuir a un desarrollo y crecimiento del ANRB; mientras que, las amenazas se identifican como las fuerzas opuestas al desarrollo del destino como un referente del turismo de la zona.

Oportunidades

- Priorización del turismo como medios de generación de ingresos en las comunidades cercanas a reservas ecológicas.
- De acuerdo a las entrevistas y encuesta se determinó que el ANRB es potencial para el desarrollo de turismo sostenible.
- El área es viable para la creación de un producto ecológico.
- Incremento en el turismo interno, mayor movilidad de las personas a destinos dentro del país.
- Crecimiento en el ingreso de turistas extranjeros en los últimos años.
- Posibilidad de vincular a la comunidad en los proyectos de desarrollo turístico para el ANRB.
- Tendencia al crecimiento de las visitas a las áreas naturales y protegidas por parte de los turistas.
- Alianzas y convenios para apoyo en el manejo del ANRB.
- Promoción internacional de la marca país "Ecuador Ama la Vida".
- Posibilidad de desarrollo de infraestructura turística en el ANRB.
- Desarrollo del turismo de observación, aventurismo y turismo ecológico.
- Potencial de promoción del área en el turismo interno en especial de provincias cercanas como Pichincha, Cotopaxi y Tungurahua.
- Tendencia de crecimiento del turismo en segmentos específicos como adultos mayores, estudiantes, entre otros.

- Interés gubernamental en las mejoras de infraestructura básica.

Demanda

- Potencial turístico de otras áreas recreacionales con mayor desarrollo y atractivo.
- Reducción del número de turistas que ingresan al país.
- Cambio de política de promoción gubernamental.
- Inseguridad que afecte a la Comunidad de Romerillos y a los turistas.
- Limitaciones en la libre movilidad de las personas.
- Reducción del poder adquisitivo del turista nacional.
- Riesgo de desastres naturales por la cercanía al Volcán Cotopaxi.
- Riesgos de incendios forestales.
- Recrudescimiento del conflicto social entre los comuneros.

2.9 Análisis FODA.

Tabla 62. Matriz FODA

INTERNAS DEL ÁREA			
	FORTALEZAS		DEBILIDADES
FE	Área protegida con potencial turístico.	DA	El turista visita el ANRB de forma eventual.
FE	Variedad de senderos para observación de la flora.	DA	Escasa participación en las actividades del área por parte de la comunidad de Romerillos.
FE	Infraestructura de alojamiento.	DA	Poca variedad de actividades recreacionales en el área.
FE	Existe en el área variedad de fauna.	DA	Infraestructura al interior del área deteriorada o requiere mantenimiento.
FE	Megadiversidad de flora en el área.	DA	Las unidades de transporte no abastecen la demanda de turistas y comuneros.
FE	En el área existe un registro de los turistas que visitan el sitio.	DA	Escasa promoción turística en mercados internacionales.
FE	En el área existe vigilancia para seguridad del turista.	DA	Poca promoción a través de intermediarios (agencias operadoras y de viaje).
FE	Infraestructura de restaurant donde ofrece variedad de platos típicos.	DA	Deficiente infraestructura de alojamiento y alimentación.
FE	La población participa de diversos servicios relacionados con el turismo en el ANRB.	DA	Falta Coordinación entre la empresa Waponni y la comunidad.
F10	Existen vías de acceso que permiten el ingreso de transporte público, rentado o particular.	D10	Poca participación de los habitantes de la comunidad de Romerillos en el ANRB.
F11	La entrada al área es gratuita tanto para el turista nacional como extranjero.	D11	Deficientes planes de gestión de riesgos y seguridad para la ejecución de actividades turísticas.
F12	La estación del Ferrocarril constituye uno de los principales atractivos y medio de ingreso al ANRB.	D12	Falta de capacitación al personal que participa en las actividades tales como servicio de restaurante, atención al cliente y guías para el turista en el ANRB.
F13	Convenios de administración auspiciados por el Ministerio del Medio Ambiente (MAE -Empresa Waponni)	D13	Problemas en infraestructura vial en lo que respecta el camino hacia el ANRB.

F14	Existe un monitoreo constante sobre la biodiversidad.	D14	Falta de señalización en toda el ANRB.
F15	En los últimos años se ha observado un gran apoyo interinstitucional por parte del MAE.	D15	Dificultad de acceso a servicios básicos y telecomunicaciones.
		D16	Nivel bajo de educación para la comunidad de Romerillos.
		D17	No existe sociabilización de la comunidad por parte de la empresa Capona.
		D18	Conflictos entre la comunidad y la empresa Waponni.
		D19	Conflictos entre los comuneros, bajo nivel de representación y poca unidad.
EXTERNAS AL ÁREA			
	OPORTUNIDAD		AMENAZAS
O1	Priorización del turismo como medios de generación de ingresos en las comunidades cercanas a reservas ecológicas.	A1	Potencial turístico de otras áreas recreacionales con mayor desarrollo y atractivo.
O2	De acuerdo a las entrevistas y encuesta se determinó que el ANRB es potencial para el desarrollo de turismo sostenible.	A2	Reducción del número de turistas que ingresan al país.
O3	El área es viable para la creación de un producto ecológico.	A3	Cambio de política de promoción gubernamental.
O4	Incremento en el turismo interno, mayor movilidad de las personas a destinos dentro del país.	A4	Inseguridad que afecte a la Comunidad de Romerillos y a los turistas.
O5	Crecimiento en el ingreso de turistas extranjeros en los últimos años.	A5	Limitaciones en la libre movilidad de las personas.
O6	Posibilidad de vincular a la comunidad en los proyectos de desarrollo turístico para el ANRB.	A6	Reducción del poder adquisitivo del turista nacional.
O7	Tendencia al crecimiento de las visitas a las áreas naturales y protegidas por parte de los turistas.	A7	Riesgo de desastres naturales por la cercanía al Volcán Cotopaxi.
O8	Alianza y convenios para apoyo en el manejo del ANRB.	A8	Riesgos de incendios forestales.
O9	Promoción internacional de la marca país "Ecuador Ama la Vida".	A9	Recrudescimiento del conflicto social entre los comuneros.
O10	Posibilidad de desarrollo de infraestructura turística en el		

	ANRB.		
O11	Desarrollo del turismo de observación, aventurismo y turismo ecológico.		
O12	Potencial de promoción del área en el turismo interno en especial de provincias cercanas como Pichincha, Cotopaxi y Tungurahua.		
O13	Tendencia de crecimiento del turismo en segmentos específicos como adultos mayores, estudiantes, entre otros.		
O14	Interés gubernamental en las mejoras de infraestructura básica		

Elaborado por: Ericka Muñoz

2.10 Matrices de impacto.

La matriz de impacto permite priorizar las fuerzas descritas en el análisis FODA a través de la medición del impacto para la creación de un producto ecoturístico, para ello se identificó para cada uno de los componentes una valoración definida de la siguiente manera:

1= Bajo impacto

3= Impacto medio

5= Alto impacto

Los resultados obtenidos se muestran a continuación:

Tabla 63. Matriz de impacto - Fortalezas

	FORTALEZAS	ALTO	MEDIO	BAJO
FE	Área protegida con potencial turístico	5		
FE	Variedad de senderos para observación de la flora		3	
FE	Cabañas para alojamiento y lugares de camping		3	
FE	Existe en el área variedad de fauna		3	
FE	Megadiversidad de flora en el área	5		
FE	En el área existe un registro de los turistas que visitan el sitio			1
FE	En el área existe vigilancia para seguridad del turista		3	
FE	Infraestructura de restaurant donde ofrece variedad de platos típicos			1
FE	La población participa de diversos servicios relacionados con el turismo en el ANRB		3	
F10	Existen vías de acceso que permiten el ingreso de transporte público, rentado o particular	5		
F11	La entrada al área es gratuita tanto para el turista nacional como extranjero	5		
F12	La estación del Ferrocarril constituye uno de los principales atractivos y medio de ingreso al ANRB	5		
F13	Convenios de administración auspiciados por el Ministerio del Medio Ambiente (MAE -Empresa Waponni)	5		
F14	Existe un monitoreo constante sobre la biodiversidad		3	
F15	En los últimos años se ha observado un gran apoyo interinstitucional por parte del MAE.		3	

Elaborado por: Ericka Muñoz

Tabla 64. Matriz de impacto - Debilidades

	DEBILIDADES	ALTO	MEDIO	BAJO
DA	El turista visita el ANRB de forma eventual	5		
DA	Escasa participación en las actividades del área por parte de la comunidad de Romerillos		3	
DA	Poca variedad de actividades recreacionales en el área	5		
DA	Infraestructura al interior del área deteriorada o requiere mantenimiento	5		
DA	Las unidades de transporte no abastecen la demanda de turistas y comuneros	5		
DA	Escasa promoción turística en mercados internacionales	5		
DA	Poca promoción a través de intermediarios (agencias operadoras y de viaje)		3	
DA	Deficiente infraestructura de alojamiento y alimentación		3	
DA	Falta Coordinación entre la empresa Waponni y la comunidad			1
D10	Poca participación de los habitantes de la comunidad de Romerillos en el ANRB			1
D11	Deficientes planes de gestión de riesgos y seguridad para la ejecución de actividades turísticas		3	
D12	Falta de capacitación al personal que participa en las actividades tales como servicio de restaurante, atención al cliente y guías para el turista en el ANRB	5		
D13	Problemas en infraestructura vial en lo que respecta el camino hacia el ANRB		3	
D14	Falta de señalización en toda el ANRB	5		
D15	Dificultad de acceso a servicios básicos y telecomunicaciones		3	
D16	Nivel bajo de educación para la comunidad de Romerillos		3	
D17	No existe sociabilización de la comunidad por parte de la empresa Capona			1
D18	Conflictos entre la comunidad y la empresa Waponni		3	
D19	Conflictos entre los comuneros, bajo nivel de representación y poca unidad		3	

Elaborado por: Ericka Muñoz

Tabla 65: Matriz de impacto – Oportunidades

	OPORTUNIDAD	ALTO	MEDIO	BAJO
O1	Priorización del turismo como medios de generación de ingresos en las comunidades cercanas a reservas ecológicas.			1
O2	De acuerdo a las entrevistas y encuesta se determinó que el ANRB es potencial para el desarrollo de turismo sostenible.	5		
O3	El área es viable para la creación de un producto ecológico.	5		
O4	Incremento en el turismo interno, mayor movilidad de las personas a destinos dentro del país.		3	
O5	Crecimiento en el ingreso de turistas extranjeros en los últimos años.		3	
O6	Posibilidad de vincular a la comunidad en los proyectos de desarrollo turístico para el ANRB.	5		
O7	Tendencia al crecimiento de las visitas a las áreas naturales y protegidas por parte de los turistas.		3	
O8	Alianza y convenios para apoyo en el manejo del ANRB.	5		
O9	Promoción internacional de la marca país "Ecuador Ama la Vida".			1
O10	Posibilidad de desarrollo de infraestructura turística en el ANRB.		3	
O11	Desarrollo del turismo de observación, aventurismo y turismo ecológico.	5		
O12	Potencial de promoción del área en el turismo interno en especial de provincias cercanas como Pichincha, Cotopaxi y Tungurahua.	5		
O13	Tendencia de crecimiento del turismo en segmentos específicos como adultos mayores, estudiantes, entre otros.			1
O14	Interés gubernamental en las mejoras de infraestructura básica.		3	

Elaborado por: Ericka Muñoz

Tabla 66. Matriz de impacto – Amenazas

	AMENAZAS	ALTO	MEDIO	BAJO
A1	Potencial turístico de otras áreas recreacionales con mayor desarrollo y atractivo	5		
A2	Reducción del número de turistas que ingresan al país			1
A3	Cambio de política de promoción gubernamental			1
A4	Inseguridad que afecte a la Comunidad de Romerillos y a los turistas	5		
A5	Limitaciones en la libre movilidad de las personas			1
A6	Reducción del poder adquisitivo del turista nacional		3	
A7	Riesgo de desastres naturales por la cercanía al Volcán Cotopaxi		3	
A8	Riesgos de incendios forestales		3	
A9	Recrudescimiento del conflicto social entre los comuneros	5		

Elaborado por: Ericka Muñoz

En correspondencia con las matrices de impacto desarrolladas, se identifican como fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de mayor impacto o calificadas con 5 puntos, las siguientes:

Fortalezas de mayor impacto para la creación de un producto ecoturístico

Tabla 67. Fortalezas de mayor impacto

	FORTALEZAS
FE	Área protegida con potencial turístico
FE	Megadiversidad de flora en el área
F10	Existen vías de acceso que permiten el ingreso de transporte público, rentado o particular
F11	La entrada al área es gratuita tanto para el turista nacional como extranjero
F12	La estación del Ferrocarril constituye uno de los principales atractivos y medio de ingreso al ANRB
F13	Convenios de administración auspiciados por el Ministerio del Medio Ambiente (MAE -Empresa Waponni)

Elaborado por: Ericka Muñoz

Tabla 68. Debilidades de mayor impacto

	DEBILIDAD
DA	El turista visita el ANRB de forma eventual
DA	Poca variedad de actividades recreacionales en el área
DA	Infraestructura al interior del área deteriorada o requiere mantenimiento
DA	Las unidades de transporte no abastecen la demanda de turistas y comuneros
DA	Escasa promoción turística en mercados internacionales
D12	Falta de capacitación al personal que participa en las actividades tales como servicio de restaurante, atención al cliente y guías para el turista en el ANRB
D14	Falta de señalización en toda el ANRB

Elaborado por: Ericka Muñoz

Tabla 69. Oportunidades de mayor impacto

	OPORTUNIDAD
O2	De acuerdo a las entrevistas y encuesta se determinó que el ANRB es potencial para el desarrollo de turismo sostenible
O3	El área es viable para la creación de un producto ecológico
O6	Posibilidad de vincular a la comunidad en los proyectos de desarrollo turístico para el ANRB
O8	Existe un alianzas y convenio para apoyo en el manejo del ANRB
O11	Desarrollo del turismo de observación, aventurismo y turismo ecológico
O12	Potencial de promoción del área en el turismo interno en especial de provincias cercanas como Pichincha, Cotopaxi y Tungurahua.

Elaborado por: Ericka Muñoz

Tabla 70. Amenazas de mayor impacto

	AMENAZAS
A1	Potencial turístico de otras áreas recreacionales con mayor desarrollo y atractivo
A4	Inseguridad que afecte a la Comunidad de Romerillos y a los turistas
A9	Recrudescimiento del conflicto social entre los comuneros

Elaborado por: Ericka Muñoz

CAPÍTULO III

3. Diseño del producto ecoturístico para el Centro Recreacional El Boliche y la comunidad de San Bartolomé de Romerillos, Provincia de Cotopaxi

3.1 Metodología para diseño del producto

Producto turístico es la combinación de recursos y servicios turísticos, un complejo de atributos tangibles o intangibles, que están preparados para satisfacer las necesidades de clientes por un precio determinado. Se define varios niveles de producto turístico:

- **Producto básico:** Se trata de aquellos en que el cliente trata de obtener beneficios de esos objetos.
- **Productos auxiliares:** Son los productos que están presentes en el área para que el turista pueda hacer uso del producto básico.
- **Productos secundarios:** Son productos extras que proporcionan un valor agregado al producto básico y ayudan a diferenciarse de la competencia.
- **Producto aumentado:** Aquí se determina cómo el cliente recibe el servicio con diferencia de los demás que muestran lo que el cliente recibe.

Por lo que aquí se puede identificar la satisfacción del cliente en contacto con el producto. Un producto no tiene una duración ilimitada ya que siempre debe estar en constante renovación debido que los gustos de los consumidores varían y los competidores lanzan nuevos productos o mejoras de los anteriores. (Nicolau, 2011)

Los componentes principales que conforman un producto turístico son las atracciones del destino y la accesibilidad del destino.

3.1.1 Demanda de mercado

A partir de la Demanda Insatisfecha se han establecido una serie de aproximaciones sucesivas, las mismas que han permitido llegar a la identificación de la demanda real en el segmento de personas interesadas en adquirir un producto ecoturístico para visitar el área protegida. La primera aproximación se la realizó en función de los resultados obtenidos en la pregunta número 18 de la investigación que hace referencia a la prueba de concepto sobre el interés en adquirir un producto turístico para la visita al ANRB, cuya respuesta identifica que el 95% de respuestas son afirmativas definiéndose así el mercado potencial.

Tabla 71: Demanda potencial del producto ecoturístico del ANRB

Año	Demanda insatisfecha	Demanda potencial de personas interesadas en un producto turístico (95%)
2013	36.558	34.730
2014	43.331	41.164
2015	50.105	47.600
2016	56.879	54.035
2017	63.652	60.469
2018	70.425	66.904

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ericka Muñoz

El resultado de la aproximación muestra una demanda potencial de 34.730 a 66.904 turistas en cinco años. A partir de este mercado potencial se realiza una segunda aproximación la misma que relaciona la demanda potencial con la frecuencia de visita expresada en la pregunta cuatro y que identifica que el 45% de los encuestados prefieren acudir al ANRB los fines de semana y feriados; porcentaje que define el mercado objetivo del producto.

Tabla 72: Mercado objetivo del producto ecoturístico del ANRB

Año	Demanda de personas interesadas en un producto ecoturístico	Mercado objetivo del producto ecoturístico (45%)
2013	34730	15629
2014	41164	18524
2015	47600	21420
2016	54035	24316
2017	60469	27211
2018	66904	30107

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ericka Muñoz

3.1.2 Análisis de la competencia

El Área Nacional de Recreación El Boliche al encontrarse ubicada en los Andes centrales de Ecuador, tiene a su alrededor varios sitios turísticos que representa su competencia ya sea por las similitud en las características de los atractivos o potencial en sus recursos naturales. Definir los sitios que se pueden considerar competencia para el ANRB fue un proceso complejo, el primer paso fue identificar los lugares que de acuerdo a su categoría, servicios y atractivos tiene características similares; en

segundo lugar, se priorizo la ubicación, seleccionando reservas o áreas naturales cercanas al área y que se encuentren en el trayecto del turista proveniente principalmente de Quito.

En función de estos criterios, se determinó que los principales destinos competidores son: Refugio de Vida Silvestre Pasochoa, Reserva Ecológica Los Ilinizas, y Volcán Corazón.

3.1.2.1 Identificación de los competidores

Para establecer la posición de los competidores identificados, se ha desarrollado una valoración competitiva en función de los factores que componen la oferta turística, según lo expuesto por la OMT (1998), los criterios utilizados fueron:

- **Infraestructura:** factor que considera los recursos físicos propios de cada área y que contribuyen a una mejor estancia del turista al momento de su visita. Según González (2009) “La existencia de una planta física es, a menudo, sólo el comienzo, puesto que se requieren una serie de servicios que la hagan utilizable como destino turístico”.
- **Atractivos:** “Los atractivos turísticos son los encargados de generar atracción hacia un lugar de destino” (González, 2009). La valoración toma en cuenta los atractivos que cada competidor puede ofrecer al turista en compartición con los existentes en el ANRB.
- **Servicios:** Corresponde al acceso a redes de agua potable, energía eléctrica, y telecomunicaciones.
- **Transporte:** Evalúa la facilidad de llegar a través de transporte público y la distancia a la que se encuentra el destino.
- **Vías:** Analiza la calidad de los caminos para llegar y transitar dentro del destino turístico.
- **Recreación:** Este factor mide el potencial de cada lugar para el desarrollo de actividades de recreación turística.

3.1.2.2 Descripción de los competidores

Previo a la valoración se ha investigado las características de cada lugar considerado como competidor, resumiendo sus potencialidades de la siguiente manera:

- **Pasochoa**
 - **Infraestructura**

Cabañas, Salas de conferencia, Centro de interpretación.
 - **Atractivos**
 - Volcán Pasochoa: En este refugio se puede observar la belleza del volcán, además se puede llegar al cráter por un sendero.
 - Baños Naturales Curipogio: Aguas con propiedades curativas y fortificantes.
 - El verdor: En este lugar se puede observar vida silvestre natural de la zona tal como son conejos, raposas, aves y sapos.
 - Senderos: En el área del Pasochoa se encuentran cinco senderos, de los cuales cuatro son de menor longitud que muestran los atractivos de la zona, estos incluyen: recursos hídricos, flora y fauna nativa.
 - Es parte del Sistema Nacional de las Áreas protegidas dentro de la categoría Refugio de Vida Silvestre. (ViajandoX, 2013)
 - **Servicios**
 - Servicios de agua
 - Programas diseñados por instituciones sin fines de lucro excepcionalmente encargada del manejo del Refugio de Vida Silvestre.
 - **Transporte**
 - Transporte propio
 - Bus particular
 - **Vías**

Para llegar al Pasochoa debe dirigirse a la Estación Interparroquial de La Marín, conocida como el Playón de La Marín, desde donde debe

tomar el bus que se dirige al poblado de Amaguaña. Vía Sangolquí - Amaguaña al costado izquierdo de la vía antes de llegar al pueblo de Amaguaña se encuentra El Refugio de Vida Silvestre Pasochoa. (Viajandox, 2013)

- **Recreación:**

El Refugio de Vida Silvestre Pasochoa Cuenta con áreas de acampada y picnic con asaderos, una sala de conferencias y centro de interpretación.

- **Ilinizas**

La información de este destino según el portal Viajandox (2013) es la siguiente:

- **Infraestructura**

Existe un refugio rústico ubicado entre los picos norte y sur, tiene cocina de gas, literas, es necesario traer sacos de dormir calurosos

- **Atractivos**

El sector de los Ilinizas son las mayores elevaciones en la Reserva y, junto a la laguna de Quilotoa, constituyen sus principales atractivos. El Pico Norte es menos elevado y fácil de escalar, mientras Iliniza Sur se puede considerar un serio desafío.

- **Servicios**

No tiene

- **Transporte**

Para llegar a los Ilinizas se lo realiza a través de un viaje de una hora en camioneta desde la parroquia El Chaupi seguido de una ascensión de tres horas y se requiere vehículos de doble tracción.

- **Vías**

Para llegar al Refugio de los Ilinizas se toma un desvío que nace en la carretera Panamericana, sobre el sector de Machachi y que conduce a la población de El Chaupi. Más adelante inicia una caminata de una hora y media, que lleva hasta el Refugio. El camino carrozable continua

hasta la población de Sigchos, al sur de la Reserva este acceso permite visitar además la parte nororiental del área, incluida la montaña El Corazón.

- **Recreación**

- El campamento de la Virgen (3.900 msnm) se suele utilizar con frecuencia como campamento base de aclimatación.
- Iliniza Sur: Un poco lleno de grutas y quizás uno de las más difíciles escaladas en Ecuador. (El ascenso toma cerca de 4 horas)
- Ilinizas Norte: La cumbre norte del macizo de los Ilinizas es rocosa y carece de nieve. Es una ascensión de poca dificultad que contiene paisajes.

- **Corazón**

- **Infraestructura**

Cerca del volcán inactivo Corazón existe edificaciones indígenas llamadas Pucarás. (Viajando, 2013)

- **Atractivos**

Montaña Atacazo: Es un extracto volcán, localizado en la cordillera Occidental, cuyo cono volcánico está reducido a una pirámide. El nevado los Ilinizas es uno de los atractivos cercanos. (Viajando, 2013)

- **Servicios**

No tiene

- **Transporte**

Desde Aloasí tras la estación de Ferrocarril, al Oeste se toma el camino de tierra, aproximadamente 5.2 km para mejor referencia ubique el centro de Aloasí y diríjase a la Hostería La Estación. Es recomendable tomar una camioneta. (Viajando, 2013)

- **Recreación**

El volcán Corazón está ubicado dentro de la Reserva Ecológica Los Ilinizas en la cordillera Occidental de los Andes. A pocos minutos de

Aloasí, hay un pequeño poblado a los pies de la montaña. La ruta en su principio atraviesa por páramos de extensos pajonales y almohadillas luego de lo cual hay que superar un entretenido trono de roca para llegar finalmente a la cumbre. (Viajando, 2013)

3.1.3 Matriz de perfil competitivo

La matriz muestra la posición competitiva que tiene el ANRB respecto de los principales competidores identificados, para ellos en primer lugar establece una valoración de los factores relevantes de comparación; la valoración se la ha realizado a criterio de la autora posterior a visitar los destinos de los competidores. Los resultados son los siguientes:

Tabla 73: Relevancia de factores competitivos

Factores	Peso de relevancia
Infraestructura	0,25
Atractivos	0,30
Servicios	0,10
Transporte	0,15
Vías	0,10
Recreación	0,10
TOTAL	1,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ericka Muñoz

Una vez determinada la relevancia de cada factor en base a la observación, se construye la matriz; para ello, se da una calificación para cada factor según el destino a evaluar, el resultado ponderado define la posición competitiva. Para establecer una comparación se ha incluido en el análisis la valoración del ANRB.

Tabla 74: Matriz de perfil competitivo

Factores	Peso de Relevancia	Pasochoa		Ilinizas		Corazón		Boliche	
		Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado
Infraestructura	0,25	7	1,75	4	1	2	0,5	5	1,25
Atractivos	0,30	6	1,8	7	2,1	5	1,5	4	1,2
Servicios	0,10	8	0,8	3	0,3	1	0,1	10	1
Transporte	0,15	7	1,05	5	0,75	3	0,45	7	1,05
Vías	0,10	6	0,6	5	0,5	3	0,3	6	0,6
Recreación	0,10	7	0,7	8	0,8	6	0,6	7	0,7
TOTAL	1,00		6,7		5,45		3,45		5,8

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ericka Muñoz

De acuerdo a la tabla de la matriz de perfil competitivo se identificó los factores para cada área por los que se puede competir con el resto de atractivos turísticos según la satisfacción del turista.

El peso de relevancia se valoró según la notabilidad turística que tiene cada área, la cual se describió en cada factor. La calificación que se designó fue posterior a las visitas realizadas a los diferentes atractivos, por lo que se pudo determinar que el Pasochoa brinda una mejor experiencia debido sobre todo a su infraestructura, facilidad de acceso y visita de atractivos por lo que su calificación fue de 6,7; en segundo lugar se encuentra el Área Recreacional El Boliche con una calificación de 6,55 donde su factor más importante es el de servicios que la zona ofrece; con una calificación de 5,45 se encuentran los llinizas cuya mayor representatividad se fija en los atractivos y la recreación y finalmente el volcán Corazón con una ponderación final de 3,45 donde sobresale estrictamente la recreación que se ofrece la zona.

Tabla 75: Posición competitiva

Posición	Destino	Calificación competitiva
1	Pasochoa	6,7
2	Boliche	5,8
3	llinizas	5,45
4	Corazón	3,45

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Ericka Muñoz

En función del análisis realizado los resultados obtenidos de la MPC muestra que la posición en la que se encuentra el ANRB permite estructurar la creación de un nuevo producto ecológico que compita directamente con los de los alrededores y posicione al Boliche como unos de los principales lugares de visita para el turista nacional.

3.1.4 Inventario de recursos

A continuación se presenta un resumen del inventario de recursos turísticos existentes en el ANRB, teniendo en consideración la naturaleza, tipo y subtipo de cada uno. Los atractivos turísticos del ANRB son diversos, se concentran mayormente en las categorías de sitios naturales y Manifestaciones Culturales, estos según el Ministerio de Turismo. (Parra, David, 2007)

En lo que respecta al ANRB, la comunidad de Romerillos se benefició de la

rehabilitación del tren, que es un atractivo potencial del área, y por lo tanto la comunidad creó la empresa operadora Boliche Tours , y el diseño de un plan turístico con el fin de potenciar el aspecto cultural de la comunidad como producto complementario.

Al referirse a los atractivos turísticos y a las investigaciones efectuadas en el sitio, se establece fichas de evaluación donde se describe lo siguiente:

Tabla 76: Categorías y tipologías

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	Plantaciones experimental - recreativa	Plantación de Pinos
	Etnografía	Ferias y mercados	Mercado de San Bartolomé de Romerillos
	Etnografía	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares	Fiestas de San Bartolomé de Romerillos

Fuente: (Parra, David, 2007)

Elaborado por: Ericka Muñoz

Parra (2007), evalúa los atractivos en función de la siguiente categorización propuesta por el MINTUR:

Jerarquías de los atractivos	Valor de Factores
Jerarquía IV	76 A 100
Jerarquía III	51 A 75
Jerarquía II	26 A 50
Jerarquía I	1 A 25

Tabla 77: Categorización del ANRB

Nombre	Subtipo	Jerarquía
Planicie de Zunfana	Bosque Siempreverde Montano alto	II
Planicie de Zunfana	Meseta	II
Cerro de Zunfana	Colina	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
Fiestas de San Bartolomé de Romerillos	Manifestaciones religiosas, tradiciones, creencias populares	II

Fuente: (Parra, David, 2007)

Elaborado por: Ericka Muñoz

Sin embargo, para establecer las jerarquías de los atractivos, se toma en cuenta el valor que se determinó en cada factor, por lo que, de acuerdo a la valoración, el ANRB se ubica en la jerarquía de segundo y tercer nivel, que significa que no es un lugar de gran atractivo para el turista y por el contrario requiere de esfuerzos para mejorar su imagen antes de ser considerado como un destino relevante en el circuito turístico en la región Sierra del País.

3.1.4.1 Descripción de los atractivos y recursos turísticos según su disposición en el ANRB

De acuerdo a las investigaciones de campo efectuadas en el ANRB por parte de la autora de esta investigación; se ha establecido un análisis del estado de las instalaciones del destino, identificando los servicios y recursos que ofrece al turista, que son potenciales para la definición del producto turístico y que requieren de algún tipo de mejora para consolidar la oferta.

Tabla 78: Atractivos

Atractivo	Distancia	Tiempo	Altitud	Infraestructura	Recurso turístico
Sendero Romerillos	1,3 km	1:30	3630 msnm	4 fogones: Con techo, parrilla y mesas 2 lugares para fogatas 4 cabañas	Hato de camélidos
Sendero Quishuar	320 m	30 min	3550 msnm	5 cabañas: para 6 personas y una para 20 3 fogones: Sanitarios:	Mirador el Colibrí Área protegida Hondada
Ruta Sunfana	400 m	45 min	3630 msnm	Mirador al Área Circundante al Cotopaxi 2 fogones	Observación de elevaciones Cotopaxi e Ilinizas

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Ericka Muñoz

En lo que respecta a las rutas que rodean al área, el Sendero Quishuar es de corta duración, recorre la zona central de las instalaciones del ANRB y la plantación de pinos; el Sendero Romerillos tiene una ruta que recorre el bosque nativo y permite la identificación de múltiples especies; la ruta Sunfana, permite la observación de elevaciones cercanas al área como el Cotopaxi o los Ilinizas. A continuación se amplía la descripción de los senderos y se muestran evidencias de su estado.

- **Sendero Romerillos**

En este sendero se puede observar el hato de camélidos, área en la que reposan un grupo de llamas introducidas en el área, dentro de la ruta existe un área de picnic con cuatro fogones con techo, parrilla y mesas para servir los alimentos; además existen dos sitios para realizar fogatas grupales. En este sendero están ubicadas cuatro de las doce cabañas existentes en el lugar, equipadas con camas literas, colchones y baño; además de servicios como energía eléctrica y agua potable.

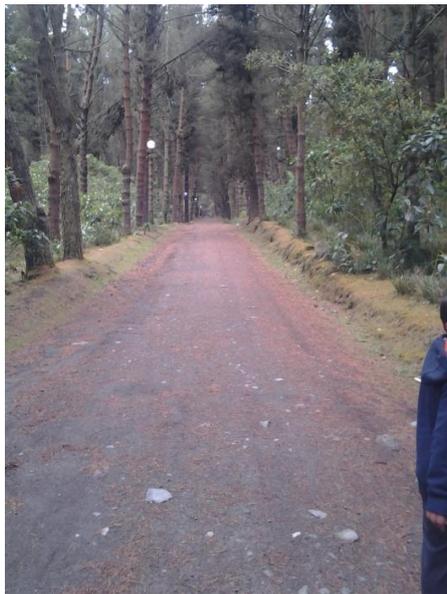
Continuando por el sendero, se puede observar varias especies de la flora y fauna propias del área y señalética con información general sobre el sendero y las especies. En este recorrido gran parte de la señalética existente está en mal estado y debe ser reemplazada de forma urgente. Al continuar con la caminata se puede encontrar un pequeño descanso, seguido se encuentra un mirador donde se observa abundante vegetación ocupando el sector, esto debido al escaso mantenimiento que se le ha dado, este lugar no permite ver ningún tipo de especie o paisaje cercano al área.

Fotografía 5: Cerca de hato de camélidos



Elaborado por: Ericka Muñoz

Fotografía 6: Sendero Romerillos



Elaborado por: Ericka Muñoz

Fotografía 7: Área de Picnic



Elaborado por: Ericka Muñoz

Fotografía 8: Hato de camélidos



Elaborado por: Ericka Muñoz

Fotografía 9: Fogón Romerillos



Elaborado por: Ericka Muñoz

Fotografía 10: Cabañas Romerillos



Elaborado por: Ericka Muñoz

Fotografía 11: Cabañas Romerillos



Elaborado por: Ericka Muñoz

Fotografía 12: Señalética Sendero Romerillos



Elaborado por: Ericka Muñoz

Fotografía 13: Señalética Sendero Romerillos



Elaborado por: Ericka Muñoz

Fotografía 14: Mirador de Romerillos



Elaborado por: Ericka Muñoz

- **Sendero Quishuar**

Con una altitud de 3.500 msnm, tiene una distancia de 320 metros y el tiempo aproximado de recorrido es de 30 minutos; es el sendero más visitado por el turistas y excursionistas nacionales; aquí también se puede observar señalética que hace referencia a la vegetación de la zona, que aunque está en mejor estado que la observada en el sendero Romerillos requiere de mantenimiento urgente para brindar un servicio informativo adecuado.

Al seguir por el sendero, se encuentra el mirador Colibrí donde hay un área de descanso y solo se puede observar la vegetación aledaña, al terminar el sendero se encuentra la hondada del Boliche llamado así por el hundimiento del terreno aquí encontramos 5 cabañas para 6 personas cada una y una cabaña para 20 personas.

Fotografía 15: Señalización sendero Quishuar



Elaborado por: Ericka Muñoz

Fotografía 16: Mirador El Colibrí



Elaborado por: Ericka Muñoz

Fotografía 17: Cabaña del sendero Quishuar



Elaborado por: Ericka Muñoz

- **Ruta Sunfana**

Esta ruta se encuentra en una altitud de 3630 msnm, con una distancia de 400 metros y un tiempo estimado de recorrido de 45 minutos, al transitar por este sendero se puede encontrar un mirador al área circundante al Cotopaxi, que permite observar las elevaciones del Cotopaxi e Ilinizas. Por el momento y para esta investigación esta ruta se encontró cerrada por mantenimiento, pero es un recurso altamente potencial por su entorno.

Tanto la flora como la fauna que existe en la zona es peculiar por el clima en que se desarrollan, es un potencial turístico que se encuentra debidamente señalado; la tabla siguiente expone la especies presentes en el ANRB y que se pueden observar durante los recorridos.

Tabla 79: Flora y Fauna

Flora	Fauna
Gralaria Leonada	Pajonal
Tinamú Piquicurvo	Romerillo
Carishina de anteojos	Shiña
Matorralero Nuquirufo	Tutigse
Colibrí Metalura Tiria	Pujín
Mirlos	Chilcas
Gorriones.	Mortiños
Búho Cuscungo	Pinos
Conejos silvestres	Pumamaqui
Lobos de parámo	Quishuar
Zorrillos	Falso Arrayán
Chucuri	Sacha-Capulí
Venados de cola blanca	Pusupato
Pumas	Shanshi
Soches	Zarcillos
Ratón marsupial	Igualán
Murciélago	Saúco
Ratón de campo	
Sapo Cutín Común	
Guagsa	
Lagartija	

Elaborado por: Ericka Muñoz

Cabe resaltar que “El Boliche se ha caracterizado por su imagen de área reforestada con coníferas introducidas”. (Parra, David, 2007) Con plantaciones de pino que, al no ser plantas nativas del área, requieren de un manejo adecuado especializado con el fin de que sean más atractivo ante el turista. Actualmente, es poco visible la fauna que se encuentra en el área, debido al deterioro de los recursos naturales, por lo que al plantear el desarrollo del producto turístico ecológico se desea realizar estrategias adecuadas para recuperarlo. El área cuenta además con una infraestructura apropiada

para dictar charlas a los turistas acerca de la reseña histórica, geográfica y ambiental, fue diseñado con muestras interpretativas para educación al turista.

Tabla 80: Infraestructura para información y educación

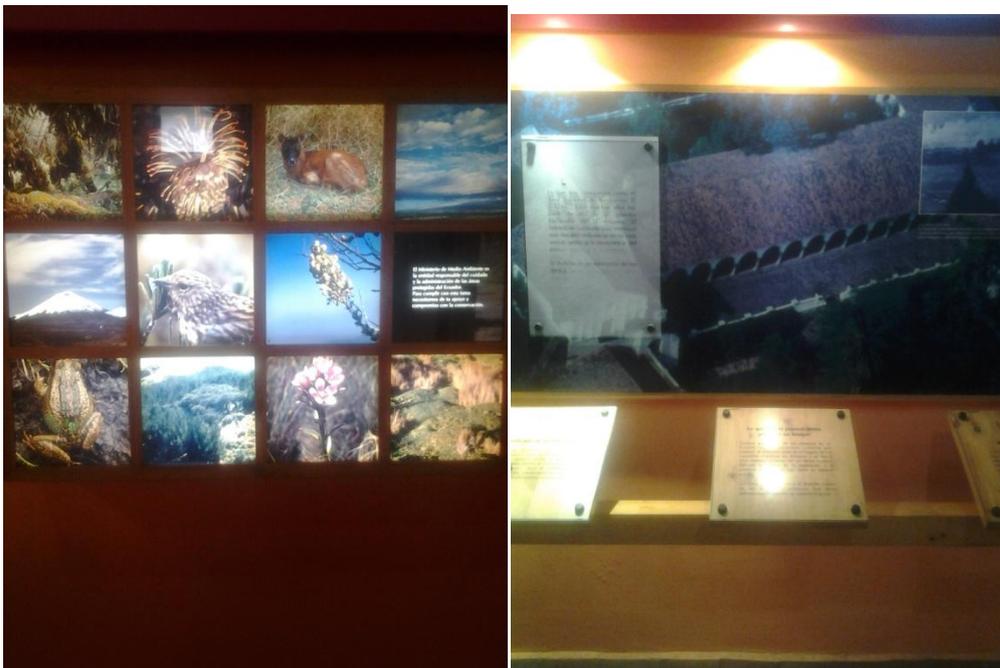
Atractivo	Capacidad Pax
Centro Histórico	60
Centro de Interpretación Ambiental	30

Elaborado por: Ericka Muñoz

- Centro Histórico

Este centro se encuentra ubicado a la entrada del ANRB, en él se expone información histórica del Área, se lo utilizaba como lugar para la para la capacitación del personal en el manejo y la conservación de los bosques, a este Centro se le atribuye la creación de la primera escuela de guardabosques. Este sitio se encuentra en buenas condiciones para acoger al turista nacional y extranjero.

Fotografía 18: Centro Histórico



Elaborado por: Ericka Muñoz

- Centro de Interpretación Ambiental

Este sitio es utilizado para capacitaciones o reuniones de índole técnico ambiental, actualmente no se encuentra en buenas condiciones por lo que se requiere de apoyo para su reacondicionamiento y utilización como centro de reuniones para los turistas.

Fotografía 19: Centro de Interpretación Ambiental



Elaborado por: Ericka Muñoz

Esta zona posee además de áreas de esparcimiento y distracción, adicional se puede disfrutar de una serie de manifestaciones culturales que pueden ser aprovechadas, pues la comunidad ofrece la oportunidades de celebrar junto con ellos las fiestas tradicionales del pueblo en honor a San Bartolomé (25 de Agosto); el recorrido se puede complementar con visitas al Mercado de San Bartolomé y disfrutar del plato típico de la zona, el asado de borrego.

Tabla 81: Atractivos

Atractivo	Infraestructura	Recurso turístico
Manifestaciones culturales	Mercado San Bartolomé Fiesta de San Bartolomé (25 de Agosto)	Asado de borrego y comida típica Novena a San Bartolomé Procesión
Hato de camélidos	Corral	

Elaborado por: Ericka Muñoz

Cabe señalar que a su vez el área aumenta su potencial para la creación un producto turístico ecológico debido a que aquí se encuentra la estación del tren y consta como parada logística para la visita del área recreacional, el viaje en tren desde la estación de Quito brinda la posibilidad de incorporar un valor agregado al producto turístico y al desarrollo del sector.

El ANRB ofrece a los turistas infraestructura para alojamiento, camping y descanso que incluyen once cabañas, tres áreas de camping y restaurante.

- Restaurante Nuna

En el ANRB se puede encontrar un restaurant llamado Nuna, con capacidad para 80 personas, que es administrado por la empresa Waponni, lugar acogedor para el turista que visita esta zona. Los trabajadores del restaurant son en su mayoría mujeres de la comunidad.

Fotografía 20: Restaurant del ANRB



Elaborado por: Ericka Muñoz

El menú ofrecido incluye platos fuertes, sopas, bebidas calientes y postres.

Platos fuertes

- Yapingachos
- Seco de chivo
- Choclo con queso
- Fritada (carne de cerdo, aguacate , mote maduro)

Sopas

- Sopa de hongos(hongos de la zona)
- Sopa de quinua
- Crema de haba
- Consomé de pollo con verduras (verduras de la zona de Machachi)

Aguas calientes

- Agua de sunfo (Hierba étnica de la zona)
- Chocolate caliente
- Agua de mora frutos rojos
- Canelazo
- Agua de menta y canela

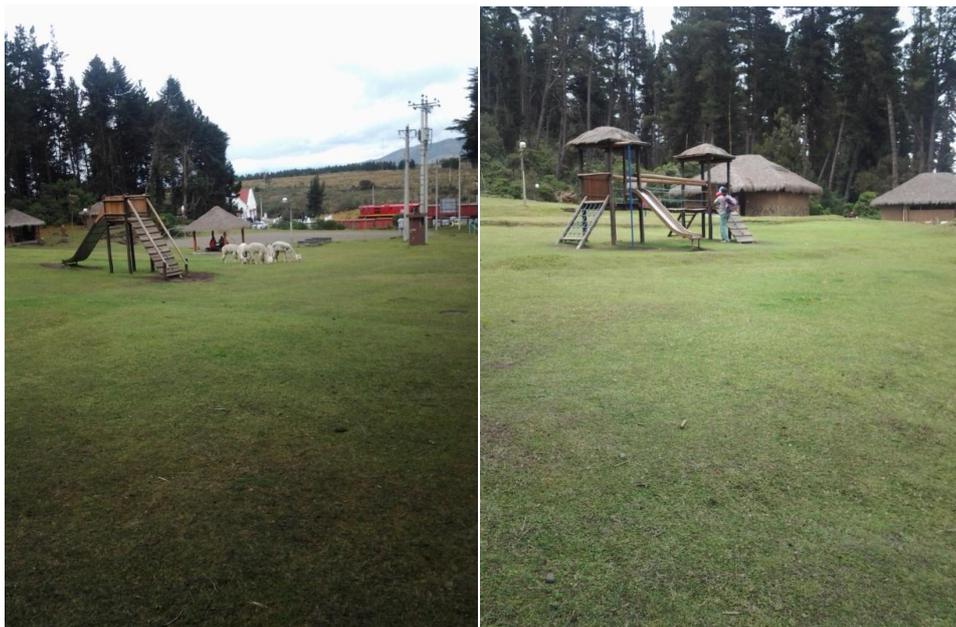
Postres

- Mouse de mortiño (Fruto de la zona en épocas de abril y noviembre)
- Mouse de Uvilla (fruta de la zona entre el Boliche y Latacunga)
- Helado de Sunfo

Áreas de recreación

Se encuentran en la entrada del área recreacional, están compuestos por juegos infantiles y una extensa área de esparcimiento para la realización de actividades deportivas. Por encontrarse en la entrada del área es la zona más visitada y la que cuenta con las mejores condiciones para acoger los visitantes.

Fotografía 21: Centro de Recreación ANRB



Elaborado por: Ericka Muñoz

3.1.5 Concepto de producto

Producto turístico para Nicolau (2011) es la combinación de recursos y servicios turísticos con un complejo de atributos tangibles o intangibles, que están preparados para satisfacer las necesidades de clientes por un precio determinado. Se define cuatro niveles de producto turístico:

- Producto básico: Se trata de aquello que el cliente trata de obtener beneficios de esos objetos.
- Productos auxiliares: Son los productos que están presentes en el área para que el turista pueda hacer uso del producto básico.
- Productos secundarios: Son productos extras que proporcionan un valor agregado al producto básico y ayudan a diferenciarse de la competencia.
- Producto aumentado: Aquí se determina cómo el cliente recibe los servicios con diferencia de los demás muestran que es lo que el cliente recibe. (Nicolau, 2011)

Un producto no tiene una duración ilimitada, ya que siempre debe estar en constante renovación debido que los gustos de los consumidores varían y los competidores lanzan nuevos productos o mejoras de los anteriores.

3.1.5.1 Producto turístico actual del ANRB

Para entender el concepto de producto a proponer, se ha establecido en primer lugar un análisis del producto ofertado actualmente por el ANRB, teniendo en consideración la tipología de productos propuesta por Nicolau(2011), en tal virtud, la tabla 82 expone el concepto actual del área.

Tabla 82: Concepto del producto actual del ANRB

Producto básico	
Atributos 1	Atributo 2
Recreación, Alojamiento y Alimentación	Uso de instalaciones y visita a atractivos
Concepto actual	
Ofrecer al turista que visite el ANRB servicios de recreación y alojamiento aprovechando los atractivos naturales de la zona y la infraestructura disponible	

Elaborado por: Ericka Muñoz

Como se puede observar, el concepto del producto actual es la oferta a los turistas de servicios básicos de recreación que la zona ofrece diferenciados de la infraestructura y los actuales atractivos, que como se expuso anteriormente se encuentran en mal estado, teniendo que ser mejorados y rehabilitados para garantizar una experiencia agradable a los turistas que visitan el lugar. Este concepto se apoya en productos auxiliares y secundarios, como:

Tabla 83: Productos auxiliares y secundarios que acompañan el concepto actual de la oferta turística del ANRB

Producto auxiliar	Producto secundario
Sendero Romerillo Sendero Quishuar Restaurante Canchas deportivas Área de juegos Áreas Camping Cabañas Áreas de Picnic	Tren Centro histórico Centro de Interpretación

Fuente: (Administración del Área El Boliche, 2013)

Elaborado por: Ericka Muñoz

La categoría de los productos auxiliares y su estado, limitan el desarrollo turístico del sector, es fundamental la intervención en todos ellos, con excepción del restaurante, actualmente administrado por la empresa Waponni que ha realizado una inversión relevante para su recuperación.

3.1.5.2 Concepto del producto ecoturístico propuesto para el ANRB

Para conceptualizar el producto Ecoturístico se tomó como punto de partida, los servicios que ofrece el área actualmente, de acuerdo a las características enunciadas anteriormente en cuanto a la infraestructura, atractivos naturales, los ámbitos de participación de la comunidad y la responsabilidad ambiental. Esta oferta se complementó con los recursos auxiliares existentes en el ANRB, y que están disponibles. Finalmente, y como valor agregado se definieron recursos secundarios que fueron seleccionados para la especialización del destino en educación ambiental. Los recursos complementarios a utilizarse son:

Tabla 84: Recursos complementarios

Recursos complementarios (A desarrollar)
Manifestaciones culturales
Hato de Camélidos
Rutas
Itinerarios
Ruta Sunfana
Artesanías
Manifestaciones culturales

Fuente: Observación directa
Elaborado por: Ericka Muñoz

Estos productos sugeridos para la creación del producto ecoturístico en el ANRB, forman parte de la infraestructura existente pero no han sido desarrollados con fines promocionales o se encuentran sin mantenimiento; por lo que se requiere en primera instancia la intervención sobre los mismos y sean los generadores de nuevas líneas de apoyo a la gestión turística, para la plena satisfacción de la demanda turística.

Como resultado de la integración de los atributos y recursos se define el Concepto del producto ecoturístico del ANRB:

Tabla 85: Producto aumentado

Producto aumentado	
Atributo 1 (Producto básico)	Atributo 2 (Ecoturismo)
Ofrecer al turista que visite el ANRB servicios de recreación y alojamiento aprovechando los atractivos naturales de la zona y la infraestructura disponible	Concepto de Ecoturismo: Recreación en la naturaleza pero con participación de la comunidad y con un mínimo impacto ambiental
<p>Concepto del producto ecoturístico ANRB</p> <p>Brindar una experiencia de aprendizaje sobre la importancia de respetar a la naturaleza a través de la visita y reconocimiento de los atractivos turísticos del ANRB, pernoctación en áreas de camping, reconocimiento del ecosistema (fauna y flora) y la identificación del Patrimonio Intangible de la Comunidad de San Bartolomé de Romerillos participando de sus costumbres, fiestas y tradiciones.</p>	

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: Ericka Muñoz

En correspondencia con el concepto creado se ha definido el nombre del producto que será ECOBOLICHE, que describe el aprendizaje y reconocimiento del ecosistema (fauna y flora) con la participación de las costumbres, fiestas y tradiciones de la comunidad.

3.2 Diseño del producto

3.2.1 Segmentación

Para promocionar un producto o servicio es necesario realizar un estudio de las características de los consumidores por lo que puede variar precio, publicidad entre otros de acuerdo a las zonas o ciudades, generalmente se utilizan las tipologías demográficas, geográficas y psicograficas, que fueron escogidas para el desarrollo de la creación del producto ecoturístico del ANRB. (Kotler, 2002, pág. 290)

3.2.1.1 Segmentación Geográfica

De acuerdo a las preferencias y exigencias del consumidor, depende principalmente de la localidad; por tal razón, este segmento divide al mercado en sitios geográficos que pueden ser en regiones, ciudades o pueblos (Kotler, 2002). En este caso, la creación del producto Ecoturístico del ANRB, será con preferencia a los pobladores de la región sierra con densidad urbana y clima frío, debido que la zona se encuentra cerca a la ciudad de Quito, Machachi y el Valle de los Chillos.

Tabla 86: Segmentación geográfica

Geográfica	
Región	Sierra
Densidad	Urbana
Clima	Frio

Elaborado por: Ericka Muñoz

3.2.1.2 Segmentación Demográfica

Esta segmentación es la más tradicional para diferenciar los tipos de consumidor; entre las variables se definen las siguientes: edad, sexo, tamaño de familia, ciclo de vida familiar, ocupación y educación (Kotler, 2002). Para la creación del producto se tomo en cuenta las siguientes variables:

Tabla 87: Segmentación demográfica

Demográfica	
Edad	30 a 45 años
Tamaño de la familia	2 a 4 personas
Ciclo de vida familiar	Casado con hijos, Casado sin hijos
Ingresos	601 a 1000
Ocupación	N/A

Fuente: (Kotler, 2002)

Elaborado por: Ericka Muñoz

La propuesta de producto ecoturístico se orienta a los consumidores de estado civil casado con o sin hijos, entre los 30 a 45 años con ingresos de 601 a 1000 dólares con un tamaño familiar promedio de 2 a 4 personas, independientemente de su ocupación.

La creación del producto estará dirigido a familias que deseen experimentar un día de campo en una zona y ambiente natural, junto a sus hijos y con un costo acorde a sus ingresos.

3.2.1.3 Segmentación Psicográfica

En esta segmentación se pueden diferenciar los gustos de cada persona la clase social y la personalidad. (Kotler, 2002, pág. 294)

Por lo tanto, al crear el producto ecoturístico se realizó un análisis de la clase social que frecuenta el área y se definió que son de clase media y su estilo de vida intermedios, de acuerdo a los servicios que desean adquirir; así como también, la

personalidad indica que la visita de los turistas a la zona es para descanso relajación y contacto con la naturaleza.

Tabla 88: Segmentación psicográfica

Psicográfica	
Clase social	Media
Estilo de vida	Intermedios
Personalidad	Descanso y relajación
	El encanto real o imaginado del lugar de destino
	Motivos personales o familiares
	Contacto con la naturaleza

Fuente: (Kotler, 2002)

Elaborado por: Ericka Muñoz

3.2.1.4 Segmentación en base al comportamiento

Según Kotler (2002, pág. 294) “muchos especialistas en marketing creen que las variables de comportamiento son el mejor punto de partida para construir segmentos de mercado”

Para diferenciar a los grupos de consumidores por el conocimiento, el uso del producto y lo que espera recibir, se aplica este tipo de segmentación, lo que se pretende es definir como se comportará frente a la oferta de ECOBOLICHE.

Tabla 89: Segmentación por comportamiento

Comportamental	
Ocasiones de uso	Ferados , fines de semana
Beneficios	Calidad , Servicio, Economía
Frecuencia de viaje	Variable
Disposición	Con conocimiento del ANRB

Fuente: (Kotler, 2002)

Elaborado por: Ericka Muñoz

El comportamiento que se espera del consumidor es que haga uso del producto durante los feriados y fines de semana, además contemple los beneficios económicos que representa la visita a un área natural; tome al sector como una opción general de visita, con conocimiento pleno de la disposición de los servicios que el área recreacional ofrece.

3.2.2 Rutas, Viajes, Itinerario y Otros Servicios

A partir de la segmentación y basados en el concepto del nuevo producto, se crearon dos itinerarios de acuerdo a las necesidades del turista:

- a. ECOBOLICHE DE PASO: Dirigido a excursionistas que visitan el área en una sola jornada.
- b. ECOBOLICHE CAMPING TOUR: Dirigido a personas que deseen pernoctar en el área, mantener contacto con la naturaleza, participar de una experiencia de aprendizaje sobre la importancia del cuidado del medio ambiente, reconocer los atractivos turísticos del ANRB, interactuando con la comunidad de Romerillos y ser parte de sus costumbres, fiestas y tradiciones; además de realizar actividades de camping controladas sin que sea necesario contar con equipo especializado.

3.2.2.1 Descripción del itinerario para el producto ECOBOLICHE DE PASO

La descripción del itinerario planteado para el producto se realiza en la tabla siguiente:

Tabla 90: Itinerario producto ECOBOLICHE DE PASO

Producto 1:	Dirigido a Excursionistas
Nombre:	ECOBOLICHE DE PASO
ITINERARIO	
Hora	Actividades
11h20	Brindarle en la entrada el agua de sunfo caliente (Hierba étnica de la zona)
11h30	Manifestación culturales (danza de la comunidad)
11H55	Inducción del ANRB
12H05	Recorrido por el Centro Histórico (Guía especializado de la comunidad) donde nos cuente la historia del ANRB
12H30	Recorrido en el sendero Romerillos (Guía especializado de la comunidad)
14H00	Llegada del sendero
14h05 / 14h35	Almuerzo camping en las áreas verdes
14h35 /15h00	Descanso
15h00/15h30	Recorrido por el sendero Quishuar
15h35/16h30	Integración con la naturaleza (juegos de reto)
16h30/ 17h00	Taller artesanal con el pelaje de los camélidos
17h00/17h30	Entrega de recuerdos
18h00	Despedida

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Ericka Muñoz

La descripción de cada actividad en el itinerario se expone a continuación:

- Al excursionista que adquiere el producto al llegar al ANRB, se le ofrece una bebida de bienvenida que consiste en un vaso de agua caliente de Sunfo; bebida preparada a partir de la planta étnica de la zona. La hora de llegada está programada para las 11h20.
- Siendo las 11h30 se presentará una manifestación cultural realizada por el grupo de danza Los Shasquis perteneciente a la comunidad de Romerillos, integrada por seis parejas de hombres y mujeres; la danza tradicional tiene una duración de 25 minutos.
- Posterior a la danza se realizará una inducción sobre el reglamento que rige la zona donde además se expondrá a los turistas la historia del área que fue parte de una gran hacienda llamada Romerillos; la actividad tendrá una duración de diez minutos.
- A las 12h05 inicia el recorrido por el centro histórico con un guía especializado de la comunidad, donde se dará a conocer la historia de la zona, entre ella la creación de la Escuela de Guardabosques, la década de la forestación, y la función de la estación del CLIRSEN.
- Para la siguiente actividad se formará un solo grupo con el cual se iniciará la caminata por el sendero Romerillos con el guía especializado de la comunidad, el cual explicará en detalle cada una de las características de la zona visitada, dando a conocer la principal flora y fauna que se puede encontrar en el sendero. La actividad está programada realizarla en un tiempo aproximado de 1 hora y 30 minutos.
- Finalizada la caminata el grupo se dirigirá al área de picnic donde estará listo el servicio de alimentación, aquí el visitante podrá disfrutar de una comida que incluirá: choclo con queso, carne asada a la parrilla con salchichas, ensalada fría de lechuga y tomate, y un jugo natura. Tiempo estimado para el almuerzo 30 minutos.
- De 14h30 a 15h00 los participantes tienen un periodo de descanso donde

pueden realizar cualquier tipo de actividades, debiendo concentrarse al finalizar el mismo en el restaurante para continuar con el itinerario establecido.

- Terminado el periodo de descanso a las 15h00 inicia el recorrido por el sendero Quishuar, de igual manera el guía detallara la flora y fauna existente en el sector, en el recorrido se visitará el mirador Colibrí y la llegada a la hondada El Boliche. La actividad tiene una duración de 30 minutos.
- A las 15h35 en el centro recreativo se emprenderá actividades de integración con la naturaleza; los juegos de reto consistirán en realizar un baile en conjunto con todos los participantes, finalizado cada integrante deberá realizar el baile y quien no lo haga de manera correcta se someterá a una penitencia impuesta por el resto de participantes en conjunción con la temática de los recursos naturales o las manifestaciones culturales que se conocieron en los recorridos.
- La siguiente actividad iniciará a las 16h30 donde el grupo será acercará al stand ubicado junto a la cerca de los camélidos, ahí se van a realizar manualidades con el pelaje del camélido, además se indica el procedimiento de corte del pelaje de los animales que se los realiza dos veces al año. La manualidad consiste en pegar el pelaje de acuerdo a la forma establecida en maderas que tienen la forma del animal.
- A las 17h00 el grupo se reunirá en la entrada y se les entregará como recuerdo de su visita al ANRB bolsitas de tela impresas con el logotipo de ECOBOLICHE, donde se colocarán las plantas que más les gustó y servirá como aromatizador ambiental.
- Para finalizar el itinerario a las 18h00 se programa la despedida a los participantes, se les agradecerá el haber visitado un área de recreación que posee características ecológicas, biológicas y donde se mantuvo contacto con la naturaleza en un ambiente acogedor y purificador.

3.2.2.2 Descripción del itinerario para el producto ECOBOLICHE CAMPING TOUR

La descripción del itinerario ECOBOLICHE CAMPING TOUR se resume en la siguiente tabla:

Tabla 91: Itinerario ECOBOLICHE CAMPING TOUR

Producto 2:	Dirigido a Turistas
Nombre:	ECOBOLICHE CAMPING TOUR
Itinerario	

HORA	ACTIVIDADES DÍA 1
10h30	Brindarle en la entrada el agua de sunfo caliente (Hierba étnica de la zona)
10H35 / 11h00	Manifestación culturales (danza de la comunidad)
12H00	Inducción del ANRB
12H15	Recorrido por el Centro Histórico (Guía especializado de la comunidad)
12h35	Recorrido en el sendero Romerillos (Guía especializado de la comunidad)
14h00- 14h30	Almuerzo (Restaurant)
14h30/15h00	Descanso
15h00 /15h35	Recorrido sendero Quishuar
15h35/18h00	Integración con la naturaleza (juegos de reto)
18h00 /18h15	Descanso
18h15/19h00	Inducción para las personas que van a campar (armar carpas)
	Personas que van a pernoctar en cabañas (entrega de cabañas)
20h30	Cena
21h00	Fogata grupal (historias, anécdotas , fábulas de nuestro país)
23H00	Descanso
Hora	Actividades día 2
7h30	Desayuno tipo camping
8h00	Taller artesanal con el pelaje de los camélidos
9H30	Recorrido a la ruta de sunfana para observar las elevaciones del Cotopaxi e Ilinizas
11h00	Recorrido por el Centro de interpretación ambiental
12H00	Entrega de recuerdos
13H00	Despedida

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Ericka Muñoz

Las actividades expuestas en el itinerario del producto ECOBOLICHE CAMPING TOUR se detallan a continuación:

- El primer día al excursionista que adquiere el producto al llegar al ANRB, se le ofrece una bebida de bienvenida que consiste en un vaso de agua caliente de Sunfo; bebida preparada a partir de la planta étnica de la zona. La hora de llegada está programada hasta las 10h30.
- Siendo las 10h35 se presentará una manifestación cultural realizada por el grupo de danza Los Shasquis perteneciente a la comunidad de Romerillos, integrada por seis parejas de hombres y mujeres; la danza tradicional tiene una

duración de 25 minutos.

- Posterior a la danza se realizará una inducción sobre el reglamento que rige la zona donde además se expondrá a los turistas la historia del área que fue parte de una gran hacienda llamada Romerillos.
- A las 12h15 inicia el recorrido por el centro histórico con un guía especializado de la comunidad, donde se dará a conocer la historia de la zona, entre ella la creación de la Escuela de Guardabosques, la década de la forestación, y la función de la estación del CLIRSEN.
- Para la siguiente actividad se formará un solo grupo con el cual se iniciará la caminata por el sendero Romerillos con el guía especializado de la comunidad, el cual explicará en detalle cada una de las características de la zona visitada, dando a conocer la principal flora y fauna que se puede encontrar en el sendero. La actividad está programada realizarla en un tiempo aproximado de 1 hora y 30 minutos.
- Finalizada la caminata el grupo se dirigirá al área de restaurante donde estará listo el servicio de alimentación, aquí el visitante podrá disfrutar de una comida típica que incluirá: choclo con queso, carne asada a la parrilla con salchichas, ensalada fría de lechuga y tomate, y un jugo natura. Tiempo estimado para el almuerzo 30 minutos.
- De 14h30 a 15h00 los participantes tienen un periodo de descanso donde pueden realizar cualquier tipo de actividades, debiendo concentrarse al finalizar el mismo en el restaurante para continuar con el itinerario establecido.
- Terminado el periodo de descanso a las 15h00 inicia el recorrido por el sendero Quishuar, de igual manera el guía detallara la flora y fauna existente en el sector, en el recorrido se visitará el mirador Colibrí y la llegada a la hondada El Boliche. La actividad tiene una duración de 30 minutos.
- A las 15h35 en el centro recreativo se emprenderá actividades de integración con la naturaleza; los juegos de reto consistirán en realizar un baile en conjunto con todos los participantes, finalizado cada integrante deberá realizar el baile y

quien no lo haga de manera correcta se someterá a una penitencia impuesta por el resto de participantes en conjunción con la temática de los recursos naturales o las manifestaciones culturales que se conocieron en los recorridos.

- Finalizada la actividad de integración existirá un periodo de descanso de 15 minutos, donde el equipo técnico coordinará las actividades y preparará el equipo correspondiente a la actividad de camping.
- Entre las 18h15 y las 19h00 se realizará la inducción respectiva a la actividad de camping y a la utilización de los materiales que serán entregados a los participantes, así como también se indicarán las zonas donde se puede realizar el acampamiento. Finalizada la inducción se procederá con la entrega de carpas, sleeping y demás equipo necesario para acampar en la zona y se procederá con el armado de las mismas. Para aquellas familias que no vayan a acampar en zona abierta se realizará la ubicación en la cabaña respectiva de igual manera se dará las indicaciones del uso de las instalaciones.
- A partir de las 20h30 los participantes pueden acercarse al restaurante a recibir la cena respectiva.
- Terminada la cena se tiene previsto como actividad final del primer día la realización de una fogata grupal donde se compartirán experiencias, historias y fábulas propias del Ecuador.
- A las 23h00 todos se podrán retirar a descansar en los lugares asignados a cada uno.
- El inicio de actividades del segundo día se programó para las 7h30 con el desayuno tipo camping, es decir, que los participantes desayunarán al aire libre en el área destinada para el efecto.
- La primera actividad iniciará a las 8h00 donde el grupo será acercará al stand ubicado junto a la cerca de los camélidos, ahí se van a realizar manualidades con el pelaje del camélido, además se indica el procedimiento de corte del pelaje de los animales que se los realiza dos veces al año. La manualidad consiste en pegar el pelaje de acuerdo a la forma establecida en maderas que tienen la forma del animal.

- A las 9h30 se iniciará el recorrido por la ruta Sunfana donde se podrá apreciar desde una vista privilegiada al Cotopaxi y a los Ilinizas, de igual manera este contará con la guía especializada de un miembro del sector y se conocerá más acerca de la flora y fauna que habita la zona. El tiempo de recorrido es de aproximadamente 1h30.
- A su llegada se realizará una visita al Centro de Interpretación Ambiental donde se conocerá más sobre el Parque Nacional El Boliche.
- Al medio día se hará la entrega de recuerdos de visita al ANRB que consiste en bolsitas de tela impresas con el logotipo de ECOBOLICHE, donde se colocarán las plantas que más les gustó y servirá como aromatizador ambiental.
- Para finalizar el itinerario a las 13h00 se programa la despedida a los participantes, se les agradecerá el haber visitado un área de recreación que posee características ecológicas, biológicas y donde se mantuvo contacto con la naturaleza en un ambiente acogedor y purificador.

3.3 Planes de intervención

La puesta en marcha del producto turístico para el Área Recreacional El Boliche, requiere realizar un conjunto de intervenciones a varios ejes relacionados con el fomento del turismo en la zona; a partir del análisis del concepto del producto ecoturístico y la valoración de los recursos turísticos, se establecieron parámetros de mejora que se consideran básicos para la implementación de la propuesta.

Las líneas de intervención en las que se concentra la mejora en el área previo a la comercialización del producto son:

- Servicios Básicos
- Vialidad
- Seguridad
- Infraestructura
- Señalización
- Información turística
- Capacitación y formación
- Sostenibilidad

Para cada una de las líneas de intervención se han formulado objetivos de desarrollo, orientados a elevar el nivel del Área como destino turístico, estos se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 92: Objetivos de desarrollo de las áreas de intervención en el Área Recreacional El Boliche previo a la implementación del producto ecoturístico

Líneas de intervención	Objetivos
Servicios Básicos	Garantizar el acceso a servicios básicos para la Comunidad y para el Área Recreacional El Boliche
Vialidad	Mejorar el acceso vial para el área recreacional
Seguridad	Fomentar la seguridad de los turistas y excursionistas en el ANRB
Infraestructura	Implementar mejoras en la infraestructura para la recreación al interior del ANRB
Señalización	Mejorar la señalización existente en el ANRB garantizando la correcta identificación de los atractivos, sitios dentro del área y especies.
Información turística	Consolidar el equipo de guías y guardabosques que garantice un adecuado servicio al turista y excursionista que visita la zona
Capacitación y formación	Desarrollar el plan de capacitación para el personal y la comunidad que garantice el desarrollo del turismo ecológico en el ANRB
Sostenibilidad	Articular una red de fomento del turismo entre la comunidad, autoridades y empresas para beneficio de San Bartolomé de Romerillos

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Ericka Muñoz

Como se puede observar en la tabla 92, los objetivos formulados plantean un desarrollo en materia de acceso a servicios básicos, mejoramiento vial para el ingreso al Área, fomento de la seguridad como valor para el turista y la comunidad, mejoras en la infraestructura, señalización, actividades de vinculación entre la comunidad y el ANRB que permita la creación de equipos de guianza y eventos de capacitación para la mejora de los servicios. Para que los objetivos planteados puedan ejecutarse y se obtenga el financiamiento requerido, se han planteado estrategias y responsables en función de las instituciones, organizaciones y grupos de personas identificados como actores involucrados que se describieron previamente en la tabla 17.

El horizonte temporal para la planificación de las mejoras en las áreas de intervención es de dos años contados a partir del 2014.

Tabla 93: Estrategias e Involucrados en los objetivos de mejora del ANRB

Líneas de intervención	Objetivos	Involucrados	Estrategias
Servicios Básicos	Garantizar el acceso a servicios básicos para la Comunidad y para el Área Recreacional El Boliche	Comunidad, Ministerios, Estado y Municipio de Latacunga	Desarrollo de servicios básicos complementarios para la comunidad y el Área Recreacional el Boliche en materia de agua potable, energía eléctrica y acceso a telecomunicaciones
Vialidad	Mejorar el acceso vial para el área recreacional	Ministerio de Turismo, Comunidad	Mantenimiento periódico de la vías de acceso al Área Recreacional como aporte para el desarrollo del turismo en la zona
Seguridad	Fomentar la seguridad de los turistas y excursionistas en el ANRB	Ministerio de Turismo, Ministerio de Ambiente, Administración del Área, Trabajadores Waponni, Personal del Área, Comunidad	Desarrollo del plan seguridad y normativa para el turista que visite el ANRB

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Ericka Muñoz

Tabla 94: Estrategias e Involucrados en los objetivos de mejora del ANRB

Líneas de intervención	Objetivos	Involucrados	Estrategias
Infraestructura	Implementar mejoras en la infraestructura para la recreación al interior del ANRB	Ministerio de Turismo, Ministerio de Ambiente, Administración del Área, Trabajadores Waponni, Personal del Área, Comunidad	Construcción y mantenimiento de la infraestructura en senderos, ruta sunfana, hato de camélidos, Centro de Interpretación y Centro Histórico Desarrollo de una empresa comunitaria para la elaboración de tela de camélidos
Señalización	Mejorar la señalización existente en el ANRB garantizando la correcta identificación de los atractivos, sitios dentro del área y especies.	Administración del Área, Personal del Área, Empresa Waponni	Cambio y mantenimiento de señalética en toda el área de recreación El Boliche
Información turística	Consolidar el equipo de guías y guardabosques que garantice una adecuado servicio al turista y excursionista que visita la zona	Ministerio de Turismo, Ministerio de Ambiente, Administración del Área Recreacional, Personal del Área, Empresa Waponni, Comunidad	Configuración del equipo de guías con apoyo del Personal del Área y de la Comunidad
Capacitación y formación	Desarrollar el plan de capacitación para el personal y la comunidad que garantice el desarrollo del turismo ecológico en el ANRB	Ministerio de Turismo, Ministerio de Ambiente, Administración del Área Recreacional, Personal del Área, Empresa Waponni, Comunidad	Ejecución de actividades de capacitación
Sostenibilidad	Articular una red de fomento del turismo entre la comunidad, autoridades y empresas para beneficio de San Bartolomé de Romerillos	Ministerio de Turismo, Ministerio de Ambiente, Administración del Área Recreacional, Personal del Área, Empresa Waponni, Comunidad	Desarrollar el plan de vinculación entre la comunidad, autoridades, empresa Waponni e instituciones de control

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Ericka Muñoz

Las estrategias de intervención plantean entre otras cosas:

1. La dotación de servicios básicos a la comunidad en un proyecto de ejecución por fases para garantizar en un mediano plazo la mejora sustancial de la calidad de vida y a través de ello una mayor atención al turista y participación del turismo como principal actividad de sustento de familias en la Comunidad de Romerillos.
2. Gestionar el mantenimiento de los accesos viales en colaboración con los comuneros y personal que participa de las actividades turísticas en la zona.
3. Desarrollo de planes de seguridad y revisión de las normativas vigentes para los turistas, a fin de ratificarlas o mejorarlas en función de la implementación del producto.
4. En materia de infraestructura, el mantenimiento de los senderos y en general de las instalaciones del área debe asegurarse a través de un plan de mantenimiento y limpieza que incluya la revisión de los recursos naturales que posee el área, a fin de evitar el deterioro y pérdida de la categoría del atractivo. Por otro lado, para generar vínculos con la comunidad y crear un entorno experiencial para el turista se propone la creación de una microempresa que procese el cabello de los camélidos del área en artesanías para la comercialización dentro del ANRB y que representen souvenirs para los turistas y excursionistas.
5. De las observaciones realizadas, es urgente el cambio de la señalética en todas las instalaciones del área con especial énfasis en los letreros de identificación de especies e información general en los senderos, esto resta relevancia al producto y hace el paseo menos interesante para el turista.
6. La conformación de un equipo de guías a partir de la vinculación entre los guardabosques y la comunidad, garantizará la entrega de estos servicios de forma regular para los turistas y potenciará la visita más aún cuando el concepto del producto ecoturístico se orienta a la educación a partir de la experiencia y preparación para futuras visitas a reservas ecológicas de mayor dificultad.
7. La formación es fundamental, se requerirá crear cursos y programas que

aborden temas relacionados con:

- Oferta y demanda turística
- Marketing Turístico
- Servicio al cliente
- Sostenibilidad y Sustentabilidad del Turismo
- Gestión Ambiental de los Recursos
- Buenas prácticas de manufactura (lugares de alimentación)
- Emprendimiento y Administración de negocios
- Guianza
- Idiomas

8. Finalmente, se plantea la creación de espacios para la vinculación entre la Comunidad y las empresas y organizaciones presentes en el ANRB. Para ello se deberá celebrar convenios entre los representantes que faciliten la articulación de las actividades estratégicas y la intervención previa a la promoción del producto ecoturístico a los turistas y excursionistas.

Para facilitar la medición de las acciones estratégicas, se han definido metas y valores de inversión estimados para la mejora, teniendo en consideración que por su alcance varias estrategias dependerán del desarrollo de presupuestos públicos que requieren estudios previos para su valoración, y que previamente deben ingresar en los Planes Operativos de las instituciones antes de ser ejecutados.

Las metas se han estructurado en niveles de cumplimiento para el periodo 2014 – 2015, esto permitirá a los involucrados medir la ejecución y establecer potenciales planes de contingencia en caso de retrasos e inconvenientes en el desarrollo de los planes de intervención.

Tabla 95: Metas y presupuesto para la ejecución de los planes de intervención para la implementación del producto ecoturístico en el ANRB

Líneas de intervención	Objetivos	Involucrados	Estrategias	Metas	Costos
Servicios Básicos	Garantizar el acceso a servicios básicos para la Comunidad y para el Área Recreacional El Boliche	Comunidad, Ministerios, Estado y Municipio de Latacunga	Desarrollo de servicios básicos complementarios para la comunidad y el Área Recreacional el Boliche en materia de agua potable, energía eléctrica y acceso a telecomunicaciones	2014 - 2015: 15% - 25% del total la población sin acceso a servicios	\$ 50.000,00*
				2015 - 2016: 25% - 50% de la población sin acceso a servicios	
				2016 - 2017: 50% a 75% de la población sin acceso a los servicios	
Vialidad	Mejorar el acceso vial para el área recreacional	Ministerio de Turismo, Comunidad	Mantenimiento periódico de la vías de acceso al Área Recreacional como aporte para el desarrollo del turismo en la zona	Una intervención por año de vías	\$ 10.000,00*
				Dos intervenciones por año	
				Dos intervenciones por semestre	
Seguridad	Fomentar la seguridad de los turistas y excursionistas en el ANRB	Ministerio de Turismo, Ministerio de Ambiente, Administración del Área, Trabajadores Waponni, Personal del Área, Comunidad	Desarrollo del plan seguridad y normativa para el turista que visite el ANRB	No se desarrollar el manual de seguridad e instrucción del usuario	\$ 6.000,00*
				Manual de seguridad e instrucción del usuario	
Infraestructura	Implementar mejoras en la infraestructura para la recreación al interior del ANRB	Ministerio de Turismo, Ministerio de Ambiente, Administración del Área, Trabajadores Waponni, Personal del Área, Comunidad	Construcción y mantenimiento de la infraestructura en senderos, ruta sunfana, hatu de camélidos, Centro de Interpretación y Centro Histórico	Mantenimiento del 0% al 33% de la infraestructura	\$ 8.000,00*
				Mantenimiento del 34% al 66% de la infraestructura	
				Mantenimiento del 67% al 90% de la infraestructura	
			Desarrollo de una empresa comunitaria para la elaboración de tela de camélidos	Menos de 50% de ejecución	\$ 12.000,00*
				50% al 75% de ejecución	
75% al 100% de ejecución					

Señalización	Mejorar la señalización existente en el ANRB garantizando la correcta identificación de los atractivos, sitios dentro del área y especies.	Administración del Área, Personal del Área, Empresa Waponni	Cambio y mantenimiento de señalética en toda el área de recreación El Boliche	Cambio del 0% al 33% de la infraestructura	\$ 10.000,00*
				Cambio del 34% al 66% de la infraestructura	
				Cambio del 67% al 90% de la infraestructura	
Información turística	Consolidar el equipo de guías y guardabosques que garantice una adecuado servicio al turista y excursionista que visita la zona	Ministerio de Turismo, Ministerio de Ambiente, Administración del Área Recreacional, Personal del Área, Empresa Waponni, Comunidad	Configuración del equipo de guías con apoyo del Personal del Área y de la Comunidad	100% Cumplimiento	\$ 1.000,00*
Capacitación y formación	Desarrollar el plan de capacitación para el personal y la comunidad que garantice el desarrollo del turismo ecológico en el ANRB	Ministerio de Turismo, Ministerio de Ambiente, Administración del Área Recreacional, Personal del Área, Empresa Waponni, Comunidad	Ejecución de actividades de capacitación	Menos de 50% de ejecución	\$ 2.000,00*
				50% al 75% de ejecución	
				75% al 100% de ejecución	
Sostenibilidad	Articular una redes de fomento del turismo entre la comunidad, autoridades y empresas para beneficio de San Bartolomé de Romerillos	Ministerio de Turismo, Ministerio de Ambiente, Administración del Área Recreacional, Personal del Área, Empresa Waponni, Comunidad	Desarrollar el plan de vinculación entre la comunidad, autoridades, empresa Waponni e instituciones de control	Menos de 50% de ejecución	\$ 800,00*
				50% al 75% de ejecución	
				75% al 100% de ejecución	

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Ericka Muñoz

* Por confirmar, previa revisión técnica de las unidades ejecutoras determinadas por el Estado, Gobiernos Seccionales y la Comunidad.

La inversión estimada para la consolidación de una mejora general en el Área Recreacional El Boliche, para facilitar la implementación del producto ecoturístico es de 99.800 dólares, de los cuales la mayor participación la tiene el proyecto de dotación de servicios básicos para la Comunidad y que depende de la disponibilidad de los recursos del Gobierno Seccional y Gobierno Central.

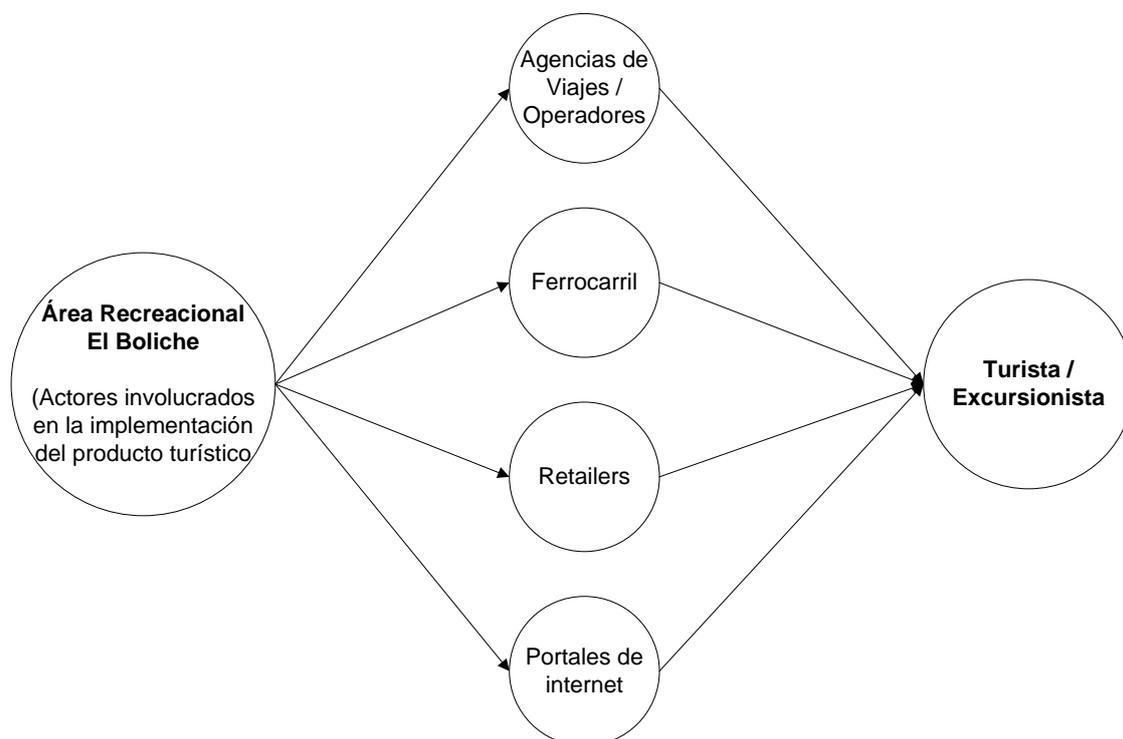
3.4 Plan de comercialización

Establecidos los aspectos de diseño e intervención para la implementación del producto ecoturístico para el Área Recreacional El Boliche, se exponen los aspectos comerciales a tener en consideración para la promoción del producto en el segmento de turistas y excursionistas ecuatorianos y extranjeros que tienen interés en visitar el área.

3.4.1 Canales de distribución

Los canales de distribución del producto están confirmados por los intermediarios: Agencias de Viajes y Operadoras de turismo, interesadas en promocionar el producto como parte de su oferta, además dentro de esta categoría se encuentran las plataformas de internet dedicadas a la promoción de destinos turísticos. El modelo de distribución del producto será el siguiente:

Gráfico 36. Canales de distribución propuestos para el producto



Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Ericka Muñoz

3.4.1.1 Descripción de los comercializadores

- **Agencias de Viaje y Operadoras de turismo**

En función de los datos recopilados en Agencias de Viaje y precepciones de los administradores en especial de Activo Tour (2013), operadora de turismo ecológico y comunitario propiedad de Amparo Chamorro, el costo de comisión recibido por la promoción de este tipo de productos oscila entre el 15% y 20%, en tal virtud al costo de los planes tanto ECO BOLICHE DE PASO y ECO BOLICHE CAMPING TOUR, se le adicionará dicho valor al precio de venta.

- **Ferrocarril**

Uno de los medios de ingreso de mayor cantidad de turistas para el Área es el Ferrocarril; de acuerdo a la investigación realizada, actualmente esta institución posee un plan de visita a El Boliche cuyo costo es de 30 dólares e incluye únicamente el paseo en tren y el derecho de consumo en el café del transporte (Ferrocarriles del

Ecuador, 2013); de ahí que, se busque complementar esta oferta el producto ECO BOLICHE DE PASO, creando una oferta integral dirigida exclusivamente para excursionistas.

- **Retailers**

El grupo de retailers está conformado por supermercados, autoservicios y farmacias a nivel nacional, en las que a partir de packing¹ se puede adquirir el producto y activarlo en una fecha predeterminada previa comunicación con el Área Recreacional; esta forma de venta facilitará la introducción en el mercado de turistas nacionales.

- **Portales de internet**

En cuanto a la comercialización del producto a través de páginas de internet, se propone el diseño propio de una web informativa sobre el área y complementariamente, la participación en las siguientes páginas:

- www.treecuador.com
- www.amalavida.tv
- www.ecuador.travel/es/potencia-turistica/inicio

3.4.2 Promoción

La promoción se concentrará en medios electrónicos y atención a través de intermediarios, se perseguirá la introducción del producto en los circuitos de visita de turistas nacionales y extranjeros en la Avenida de los Volcanes. El uso de agencias de viaje y operadoras de turismo potenciará la difusión de la oferta; el apoyo de la marca país será de relevancia y permitirá dar relevancia al concepto ECOBOLICHE.

3.4.3 Precio

Los precios de venta de los productos ecoturísticos se han estimado en función de los costos definidos para cada actividad descrita en los itinerarios diseñados. En las siguientes tablas se exponen los costos y el valor PVP de cada propuesta:

¹ Empaquetamiento del producto a partir de un recurso impreso en que se entrega el producto que puede ser activado a través de un recurso web

Tabla 96: Precio del Producto ECO BOLICHE DE PASO

Hora	Actividad	Costos por actividad
11h20	Brindarle en la entrada el agua de sunfo caliente (Hierba étnica de la zona)	\$ 0,60
11h30	Manifestación culturales (danza de la comunidad)	\$ 25,00
11H55	Inducción del ANRB	\$ 1,02
12H05	Recorrido por el Centro Histórico (Guía especializado de la comunidad) donde nos cuente la historia del ANRB	\$ 2,19
12H30	Recorrido en el sendero Romerillos (Guía especializado de la comunidad)	
12H50	Llegada del sendero	
13h00 / 14h00	Almuerzo camping en las áreas verdes	\$ 6,00
14h00 /14h30	Descanso	
14h30/15h00	Recorrido por el sendero Quishuar	
15h00/16h00	Integración con la naturaleza (juegos de reto)	\$ 1,56
16h00/ 17h00	Taller artesanal con el pelaje de los camélidos	\$ 0,68
17h00/17h30	Entrega de recuerdos	\$ 2,00
18h00	Despedida	\$ 0,00
Subtotal		\$ 39,05
Utilidad (30%)		\$ 11,71
Total		\$ 50,76

Fuente: Proformas

Elaborado por: Ericka Muñoz

El precio de venta al público para el producto ECO BOLICHE DE PASO, es de 50,76 dólares; este valor cubre todo el itinerario por persona. Los rubros correspondientes a guianza y coordinación se han calculado para grupos de 16 personas, esto en función de las recomendaciones recibidas por parte de los empleados del Ministerio de Ambiente que actualmente administran el Área. La utilidad se ha fijado en función de productos similares identificados a través de las ofertas de agencias de viajes y de portales de promoción turística como www.viajandox.com y <http://www.visitecuador.travel/>.

Para el caso del producto ECO BOLICHE CAMPING TOUR, los costos se han estimado bajo similares parámetros y su valoración se ha definido en correspondencia a actividades similares en otras reservas según los portales de promoción.

Tabla 97: Precio del Producto ECO BOLICHE CAMPING TOUR

Hora	Actividades día 1	Costos por actividad
10h30	Brindarle en la entrada el agua de sunfo caliente (Hierba étnica de la zona)	\$ 0,60
10H35 / 11h00	Manifestación culturales (danza de la comunidad)	\$ 25,00
12H00	Inducción del ANRB	\$ 1,02
12H15	Recorrido por el Centro Histórico (Guía especializado de la comunidad)	\$ 2,19
12h35	Recorrido en el sendero Romerillos (Guía especializado de la comunidad)	
13h00- 14h30	Almuerzo (Restaurant)	\$ 6,00
14h30/15h00	Descanso	
15h00 /15h35	Recorrido sendero Quishuar	
15h35/18h00	Integración con la naturaleza (juegos de reto)	\$ 1,56
18h15/19h00	Inducción para las personas que van a campar (armar carpas)	\$ 2,19
20h30	Cena	\$ 6,00
21h00	Fogata grupal (historias, anécdotas , fábulas de nuestro país)	\$ 3,82
23H00	Descanso	
Hora	Actividades día 2	Costos por actividad
7h30	Desayuno tipo camping	\$ 1,85
8h00	Taller artesanal con el pelaje de los camélidos	\$ 0,68
9H30	Recorrido a la ruta de sunfana para observar las elevaciones del Cotopaxi e Ilinizas	\$ 2,19
11h00	Recorrido por el Centro de interpretación ambiental	
12H00	Entrega de recuerdos	\$ 1,50
13H00	Despedida	
Subtotal		\$ 54,60
Utilidad (30%)		\$ 16,38
Total		\$ 70,98

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Ericka Muñoz

3.5 Posicionamiento

Para el posicionamiento del producto ecoturístico, se ha desarrollado la marca, logotipo y slogan, a utilizarse en los medios de promoción y en el material a entregarse a cada uno de los intermediarios.

3.5.1 Marca

Tomando en consideración la marca país “Ecuador Ama la Vida”, se ha construido una identidad particular para el producto, el concepto nace de logotipos anteriores del área y se emplaza en la gama de colores verdes expresados en los círculos concéntricos

de la marca país.

Gráfico 37. Marca País



Fuente: (Presidencia de la República, 2013)
Elaborado por: Ericka Muñoz

En función del concepto del producto la marca a posicionar es ECO BOLICHE, el tono del posicionamiento de la marca será amigable y se entenderá como una marca amparada en la del país y el nombre del Área Recreacional El Boliche. Los niveles de la marca se exponen en la siguiente tabla:

Tabla 98: Niveles de la marca

NOMBRE DE LA MARCA
ECO BOLICHE
ESENCIA DE LA MARCA
Producto ecoturístico familiar, diseñado para el aprovechamiento de los atractivos del Área Recreacional El Boliche, desarrollando interés por parte de turistas y excursionistas en las actividades de visita áreas recreacionales y en la investigación e información de técnicas de acampada, reconocimiento de espacios y orientación
ACTIVOS DE LA MARCA
Senderos: Sendero Romerillo, Sendero Quishuar, Ruta Sunfana Infraestructura: Restaurante, Canchas deportivas, Área de juegos, Áreas Camping, Cabañas, Áreas de Picnic, Hato de Camélidos Complementos: Tren, Centro histórico, Centro de Interpretación Intangibles: Manifestaciones culturales, Mercado y Feria Gastronomía: Platos típicos de la región Recursos humanos: Comunidad de Romerillos, Personal del MAE, Personal de la empresa Waponni
POSICIONAMIENTO
<i>Mercado local: Ecuador Ama la vida, el Boliche experiencia ecoturística familiar</i> <i>Mercado Internacional : Ecuador Ama la vida, el Boliche experiencia de camping única en la mitad del mundo</i>

Fuente: (Serrano, 2011)
Elaborado por: Ericka Muñoz

3.5.2 Logotipo

El logotipo desarrollado para el producto y su comercialización se muestra en el gráfico siguiente:

Gráfico 38. Logotipo del producto ecoturístico ECOBOLICHE

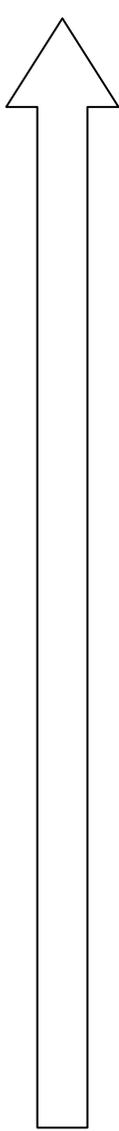


Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Ericka Muñoz

3.5.3 Slogan

La definición del slogan para el producto se trabajó a partir de la escalera de beneficios, la misma que en función de los atributos y características que se pretende entregar a los turistas permite llegar al establecimiento de un beneficio emocional, el mismo que se transmite a través de la frase comercial para el producto. La tabla siguiente se muestra la escalera de beneficios:

Tabla 99: Niveles de la marca



Beneficio emocional
<i>Nacional: Conozco mi país, aprendo en compañía de mi familia, y me preparo para visitar más lugares ecoturísticos en el Ecuador</i> <i>Internacional: Voy de paso, me adentro al bosque y me preparo para lo que encontraré en otras reservas y destinos del Ecuador</i>
Beneficio del consumidor
Brindar una experiencia de aprendizaje sobre la importancia de respetar a la naturaleza a través de la visita y reconocimiento de los atractivos turísticos del ANRB, pernoctación en áreas de camping, reconocimiento del ecosistema (fauna y flora) y la identificación del Patrimonio Intangible de la Comunidad de San Bartolomé de Romerillos participando de sus costumbres, fiestas y tradiciones.
Atributo de la marca
Atributo Básico: Ofrecer al turista que visite el ANRB servicios de recreación y alojamiento aprovechando los atractivos naturales de la zona y la infraestructura disponible. Atributo Diferencial: Recreación en la naturaleza pero con participación de la comunidad y con un mínimo impacto ambiental
Posicionamiento
Mercado local: Ecuador Ama la vida, el Boliche experiencia ecoturística familiar. Mercado Internacional: Ecuador Ama la vida, el Boliche experiencia de camping única en la mitad del mundo.
Diferenciación
Infraestructura adecuada para la visitas, camping, alojamiento rústico y actividad deportiva Senderos de corta duración y baja dificultad lo que permite la visita de turistas de toda edad y condición. Cercanía a Reservas Ecológicas de mayor relevancia Facilidad de acceso Cercanía a la ciudad de Quito, principal lugar de ingreso de turistas extranjeros Ruta de viaje del tren, parada obligatoria dentro de la ruta

Fuente: (Serrano, 2011)

Elaborado por: Ericka Muñoz

3.5.4 Artes publicitarios

Con el logotipo diseñado para el producto, el posicionamiento buscado y el beneficio emocional, se han elaborado varios artes publicitarios que muestran el concepto promocional sugerido.

Gráfico 39. Artes publicitarios para promoción del producto ECOBOLICHE



El Boliche

experiencia ecoturística familiar



www.ecobolicho.gob.ec



El Boliche

unique camping experience in the middle of the world



www.ecoboliche.gob.ec



El Boliche

experiencia ecoturística familiar



www.ecoboliche.gob.ec



3.6 Presupuesto

Para la implementación del proyecto se toma en consideración la inversión a realizarse en los planes de intervención además de un presupuesto anual destinado a la promoción a través de intermediarios y de recurso web.

3.6.1 Inversiones

Las inversiones a realizar según lo expuesto anteriormente son:

Tabla 100: Niveles de la marca

Inversiones	Año 2014 - 2015
Planes de intervención	\$ 99.800,00*
Promoción (Página Web , Portales y Material para Intermediarios)	\$ 18.000,00
Total	\$ 117.800,00

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Ericka Muñoz

* Por confirmar, previa revisión técnica de las unidades ejecutoras determinadas por el Estado, Gobiernos Seccionales y la Comunidad.

El total de inversión se estima en 117.800,00 dólares para la implementación del producto y a partir de ello la mejora del Área como destino turístico nacional e internacional.

3.6.2 Proyección de ventas

Para la estimación de ventas se han considerado tres escenarios:

1. Normal: Cobertura del mercado objetivo² del 8,82% equivalente al PIB promedio del Sector Turismo en los últimos cinco años.
2. Pesimista: Cobertura del 5,88% del mercado objetivo, equivalente a la mitad del crecimiento del PIB sectorial.
3. Optimista: Cobertura de 11,76%, incremento del 50% de la tasa de crecimiento sectorial.

La demanda esperada por cada producto itinerario se ha estimado en función de la distribución de la visita de turistas nacionales y extranjeros al Área, de tal forma ese

² Ver tabla 73.

espera que el 80% de la demanda se cubra con la comercialización del producto ECO BOLICHE DE PASO; el restante 20% corresponde a ECO BOLICHE CAMPING TOUR.

Tabla 101: Proyección de ventas para el escenario normal

Año	Demanda estimada en escenario normal	Cantidad esperada Ecoboliche de Paso	Cantidad esperada Ecoboliche Camping Tour
2014	1634	1307	327
2015	1890	1512	378
2016	2146	1717	429
2017	2401	1921	480
2018	2657	2126	531

Año	Ingresos por venta Ecoboliche de Paso	Ingresos por venta Ecoboliche Camping Tour	Ingresos por ventas totales esperadas en el escenario normal
2014	\$ 66.347,92	\$ 23.210,33	\$ 89.558,26
2015	\$ 76.754,45	\$ 26.830,29	\$ 103.584,74
2016	\$ 87.160,97	\$ 30.450,25	\$ 117.611,22
2017	\$ 97.516,73	\$ 34.070,21	\$ 131.586,94
2018	\$ 107.923,25	\$ 37.690,17	\$ 145.613,42

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Ericka Muñoz

Para este escenario las ventas generadas para los próximos cinco años oscilan entre los 89.558,26 dólares hasta los 145.613,42 dólares. La tabla 102, muestra el escenario de proyección de ventas pesimista

Tabla 102: Proyección de ventas para el escenario pesimista

Año	Demanda estimada en el escenario pesimista	Cantidad esperada Ecoboliche de Paso	Cantidad esperada Ecoboliche Camping Tour
2014	1090	872	218
2015	1260	1008	252
2016	1430	1144	286
2017	1601	1281	320
2018	1771	1417	354

Año	Ingresos por venta Ecoboliche de Paso	Ingresos por venta Ecoboliche Camping Tour	Ingresos por ventas totales esperadas en el escenario pesimista
2014	\$ 44.265,79	\$ 15.473,55	\$ 59.739,35
2015	\$ 51.169,63	\$ 17.886,86	\$ 69.056,49
2016	\$ 58.073,47	\$ 20.300,17	\$ 78.373,64
2017	\$ 65.028,07	\$ 22.713,47	\$ 87.741,55
2018	\$ 71.931,91	\$ 25.126,78	\$ 97.058,69

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Ericka Muñoz

En este escenario las ventas esperadas para el producto suman para el año 2014 59.739,35 dólares y se proyectan hasta 97.058,69 dólares para el año 2018. Finalmente el escenario optimista los resultados de la proyección se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 103: Proyección de ventas para el escenario optimista

Año	Demanda estimada en el escenario optimista	Cantidad esperada Ecoboliche de Paso	Cantidad esperada Ecoboliche Camping Tour
2014	2179	1743	436
2015	2520	2016	504
2016	2861	2289	572
2017	3201	2561	640
2018	3542	2834	708

Año	Ingresos por venta Ecoboliche de Paso	Ingresos por venta Ecoboliche Camping Tour	Ingresos por ventas totales esperadas en el escenario optimista
2014	\$ 88.480,82	\$ 30.947,11	\$ 119.427,93
2015	\$ 102.339,26	\$ 35.773,72	\$ 138.112,98
2016	\$ 116.197,70	\$ 40.600,33	\$ 156.798,04
2017	\$ 130.005,38	\$ 45.426,95	\$ 175.432,33
2018	\$ 143.863,82	\$ 50.253,56	\$ 194.117,38

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Ericka Muñoz

Las ventas en el escenario optimista se proyectan en 119.427,93 dólares para el año 2014 y hacia el año 2018 se estiman en 194.117,38 dólares.

3.6.3 Rentabilidad para la comunidad

La comunidad y los actores involucrados como la empresa Waponni y el Área Recreacional el boliche obtienen un rendimiento sobre las ventas equivalente a la utilidad bruta del 30% del valor de los ingresos.

Tabla 104: Rentabilidad para la comunidad

Año	Ingresos por ventas esperadas escenario normal	Utilidad	Ingresos por ventas esperadas escenario Pesimista	Utilidad	Ingresos por ventas esperadas escenario optimista	Utilidad
2014	\$ 89.558,26	\$ 26.867,48	\$ 59.739,35	\$ 17.921,80	\$ 119.427,93	\$ 35.828,38
2015	\$ 103.584,74	\$ 31.075,42	\$ 69.056,49	\$ 20.716,95	\$ 138.112,98	\$ 41.433,89
2016	\$ 117.611,22	\$ 35.283,37	\$ 78.373,64	\$ 23.512,09	\$ 156.798,04	\$ 47.039,41
2017	\$ 131.586,94	\$ 39.476,08	\$ 87.741,55	\$ 26.322,46	\$ 175.432,33	\$ 52.629,70
2018	\$ 145.613,42	\$ 43.684,03	\$ 97.058,69	\$ 29.117,61	\$ 194.117,38	\$ 58.235,22
TOTAL	\$ 587.954,57	\$ 176.386,37	\$ 391.969,71	\$ 117.590,91	\$ 783.888,66	\$ 235.166,60

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Ericka Muñoz

3.6.4 Análisis de rentabilidad en el tiempo

Para definir la rentabilidad en el tiempo se han calculado tanto el Valor actual neto como la Tasa Interna de Retorno, ambos, teniendo en consideración la inversión total proyectada para la implementación del producto y las utilidades proyectadas para cada escenario; de esta manera se pudo evaluar la rentabilidad a un horizonte de cinco años para las tres estimaciones antes realizadas.

- **Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)**

Para la estimación de los indicadores de rentabilidad en el tiempo, se ha calculado el costo de oportunidad de la inversión, para ello se ha tomado en consideración la fórmula propuesta por Baca (2001):

Donde,

i = Inflación

f= Premio a la riesgo o Riesgo País

Reemplazando con datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador (2013), se obtiene:

La TMAR para el cálculo de los indicadores es equivalente al 7,70%.

- **Estimación del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR)**

El cálculo de los indicadores de rentabilidad en el tiempo se ha realizado a partir de la fórmula de Microsoft Excel, obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 105: Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno para el escenario Normal

Escenario Normal

Inversión	2014	2015	2016	2017	2018
-\$117.800,00	\$ 26.867,48	\$ 31.075,42	\$ 35.283,37	\$ 39.476,08	\$ 43.684,03

Costo de oportunidad	7,70%
VAN	\$ 21.663,16
TIR	13,86%

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Ericka Muñoz

En el escenario normal con una inversión de 117.800,00 dólares se obtiene un rendimiento para los próximos cinco años de 21.663,16 dólares con una tasa de retorno del 13,86%; cifras que muestran la generación de beneficio por encima de la tasa mínima aceptable de rendimiento.

Tabla 106: Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno para el escenario Pesimista

Escenario Pesimista

Inversión	2014	2015	2016	2017	2018
-\$ 117.800,00	\$ 17.921,80	\$ 20.716,95	\$ 23.512,09	\$ 26.322,46	\$ 29.117,61

Costo de oportunidad	7,70%
VAN	-\$ 24.822,99
TIR	-0,05%

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Ericka Muñoz

Los indicadores muestran que en escenario pesimista, con una participación de ventas del 5,88% la venta del nuevo producto no es viable, puesto que la inversión estimada no genera rendimiento alguno, dando como resultado un VAN negativo, inferior a 0 y una TIR negativa por debajo de la tasa mínima atractiva de rendimiento.

Tabla 107: Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno para el escenario Optimista

Escenario Optimista

Inversión	2014	2015	2016	2017	2018
-\$ 117.800,00	\$ 35.828,38	\$ 41.433,89	\$ 47.039,41	\$ 52.629,70	\$ 58.235,22

Costo de oportunidad	7,70%
VAN	\$ 68.140,75
TIR	25,79%

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Ericka Muñoz

El escenario optimista, propone que la implementación del nuevo producto le genera en cinco años de evaluación una rentabilidad de 68.140,75 dólares y una tasa interna de retorno de 25,79%; ambos indicadores muestran mayor rendimiento que los anteriores y crean un entorno altamente positivo para la reinversión.

- **Análisis comparativo de los indicadores de rentabilidad**

En la tabla 108 se muestra una comparación de los indicadores de rentabilidad de la implementación del proyecto en el tiempo, de esta manera se puede concluir que la aplicación de la propuesta genera beneficios para los involucrados, en especial para la comunidad.

Tabla 108: Comparativo de los indicadores de rentabilidad en el tiempo Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno para el escenario Optimista

Indicador	Escenario Normal	Escenario Pesimista	Escenario Optimista
VAN	\$ 21.663,16	-\$ 24.822,99	\$ 68.140,75
TIR	13,86%	-0,05%	25,79%

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Ericka Muñoz

Como se muestra en la tabla, tanto el escenario normal como el escenario optimista generan beneficio para los involucrados en el proyecto de implementación del nuevo producto.

3.6.5 Impactos

A continuación se exponen los impactos esperados en materia social, económica y ambiental de la implementación del producto turístico.

3.6.5.1 Social

En el ámbito social se pueden resaltar entre los impactos más relevantes:

- a. Acceso a servicios básicos de la población
- b. Mejoras en la vías de acceso
- c. Mayor formación en materia de turismo y emprendimiento
- d. Generación de acuerdos entre la Comunidad, Empresa Waponni y entidades gubernamentales para el fomento del turismo
- e. Generación de plazas de empleo para los comuneros a través de guianza, fabricación de artesanías, desarrollo de la gastronomía y actividades de recreación.
- f. Fomento de las culturas ancestrales de la Parroquia y la Comunidad
- g. Reconocimiento del Área como un circuito relevante previo a la visita a otras áreas protegidas.

3.6.5.2 Económico

En cuanto al impacto económico los resultados de la rentabilidad generada por la comercialización de los productos se estiman en cinco años en 21.663,16 dólares en el escenario normal; en esta cifra no se toma en consideración beneficiarios indirectos como el comercio de productos, artesanías y gastronomía de la zona que se desarrollan a partir del crecimiento en la visita de turistas y de su pernoctación a través de los productos propuestos.

En materia económica se da el punto de partida para el desarrollo de la actividad turística de forma sostenible para la Comunidad, con el ánimo de que este desarrollo consolide en el futuro un modelo de gestión turística parroquial que cree más productos y actividades en Romerillos.

3.6.5.3 Ambiental

El impacto ambiental generado es mínimo, en función de que se utilizará las instalaciones previamente construidas para el Área, además el mantenimiento de caminos se lo realizará respetando la trazabilidad de las vías sin invadir o intervenir terrenos cercanos al bosque primario.

Las actividades de los turistas se realizarán en gran parte en la zona de amortiguamiento de forma que se evite daños potenciales a la fauna y flora de cercana al Área Recreacional.

CONCLUSIONES

- El sector turístico en estos últimos años se ha visto un incremento, por ende el Área Recreacional el Boliche ha recibido mejoras en su infraestructura; así como también aumento de promoción debido a la rehabilitación del Ferrocarril del Ecuador.
- Por lo tanto se realizó una investigación de la zona para tener un panorama real de este sector donde se evidencia que existe muy poca participación de la comunidad Romerillos en el Área Recreacional El Boliche y un porcentaje reducido de actividades para el turista.
- En tal sentido se crea paquetes turísticos, enfocado a familias y parejas, que incluye diferentes actividades y participación interactiva de costumbres, fomentando prácticas para la conservación del medio ambiente a un precio accesible para los turistas, con esto se puede concluir que el proyecto es viable puesto que en el VAN en el escenario normal asciende a 21.663,16 dólares con una TIR 13,86%.

RECOMENDACIONES

- El mantenimiento de la infraestructura del Área es un tema que debe ser constante, esto es un punto de partida para el posicionamiento de este destino más allá del excursionismo, esta situación traerá ventajas para la comunidad, en materia de alojamiento y alimentación.

- Si bien es cierto que actualmente hay un fortalecimiento en la promoción turística y un mejor manejo del patrimonio natural, se recomienda brindar lineamientos políticos de fortalecimiento al sector turístico y deberán realizar programas de inclusión de la comunidad en el área Recreacional en el Boliche tales como:
 - Capacitación continúa a los pobladores
 - Realización de eventos
 - Convenios de apoyo en el manejo del Área Nacional de Recreación El Boliche

BIBLIOGRAFÍAS

- Empresa Publica Metropolitana de Quito. (2012).
<http://www.quito.com.ec/index.php/explora-y-disfruta/alrededores-de-quito/parque-nacional-y-volcan-cotopaxi>. Recuperado el 12 de Octubre de 2012
- Ministerio de Turismo. (2010). *Turismo en Áreas Protegidas*. Quito: Ecuador Terra Incognita.
- Administración del Área El Boliche. (Marzo de 2013). Administración de servicios turísticos.
- Asamblea Nacional. (03 de MAYO de 2012).
http://blog.espol.edu.ec/ricardomedina/files/2012/06/PROYECTO-LEY-ORG%C3%81NICA-TURISMO-1.dat_.pdf. Recuperado el SEPTIEMBRE de 2012
- Baca, G. (2001). *Evaluación de Proyectos*. Quito: McGraw Hill.
- Correa, R. (2008). *Mapa de Actores Territoriales*. SUSUDEL: Plan de desarrollo de la parroquia SUSUDEL.
- DarwinNet, I. (2007). *Guía del Patrimonio de Áreas Naturales Protegidas del Ecuador*. Quito: Ecolap y MAE .
- Diario Hoy . (9 de Enero de 2012). La canasta básica subió \$ 33,33 en el ultimo año. pág. 1.
- DIARIO HOY. (21 de MAYO de 2011). *ECUADOR SE CONVERTIRA EN EL SEGUNDO PAIS LATINOAMERICANO EN PROHIBIR LOS CASINO .*, pág. 1.
- Diario Hoy. (17 de 04 de 2012). DESCENDE LIGERAMENTE EL DESEMPLEO EN ECUADOR A INICIOS 2012. <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/desciende-ligeramente-el-desempleo-en-ecuador-a-inicios-de-2012-543122.html>, pág. 1.
- Diario Hoy. (3 de Agosto de 2012). <http://www.hoy.com.ec>. Recuperado el 22 de Septiembre de 2012, de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/cinco-tendencias-marcaran-el-turismo-en-el-ano-2012-527047.html>
- ECOLAP y MAE. (2007). *Guía del Patrimonio de Áreas Naturales Protegidas del Ecuador*. Quito : ECOFUND, FAN,DarwinNet, IGM.
- El ciudadano. (13 de enero de 2011). CRECE GENERACION DE EMPLEO EN SECTOR TURISTICO.
http://www.elciudadano.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=20316:crece-generacion-de-empleo-en-sector-turistico&catid=3:economia&Itemid=44, pág. 1. Recuperado el SEPTIEMBRE de 2012

El ciudadano. (13 de ENERO de 2011). CRECE GENERACION DE EMPLEO EN SECTOR TURISTICO.

http://www.elciudadano.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=20316:crece-generacion-de-empleo-en-sector-turistico&catid=3:economia&Itemid=44, pág. 1.

EL UNIVERSO . (9 de ENERO de 2012). www.eluniverso.com/.../marca-pais-solo-puede-utilizar-ahora-permiso.html. Recuperado el SEPTIEMBRE de 2012

El Universo. (28 de 01 de 2012). <http://www.eluniverso.com/2012/01/28/1/1447/solo-ingreso-areas-protegidas-sera-gratuito.html>. Recuperado el 2012, de <http://www.eluniverso.com/2012/01/28/1/1447/solo-ingreso-areas-protegidas-sera-gratuito.html>

Ferrocarriles del Ecuador. (Diciembre de 2013). <http://www.trenecuador.com>. Obtenido de <http://www.trenecuador.com/index.php/rutas-del-tren/camino-al-bolicho>

Gobierno Autónomo Descentralizado y Ordenamiento Territorial San Juan de Pastocalle. (2011-2018). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de San Juan de Pastocalle*. Latacunga.

GOBIERNO DE PICHINCHA. (2012). Evaluación de impacto ambiental. Quito.

González, P. (2009). *El Producto Turístico*. N/A: N/A.

http://www.ambiente.gov.ar/archivos/web/GEF_educacion/File/Documentos/Juegos.pdf. (s.f.).

www.ambiente.gov.ar/archivos/web/GEF_educacion/File/Documentos/Juegos.pdf.

<http://www.viajandox.com/pichincha/pasochoa-refugio-mejia.htm>. (25 de 09 de 2013).

http://www.visitaecuador.com/menu.php?cod_sec=iz4fqcW&cod_men=iEPDreKzx0&cod_item=5UD8cx1luC. (s.f.).

INEC. (31 de Agosto de 2012). <http://www.ecuadorencifras.com>. Recuperado el 22 de Septiembre de 2012, de <http://www.ecuadorencifras.com/cifras-inec/canastaFamiliar.html#tpi=348>

INEC, CENSO. (2010). *INEGI 2004 Vial*. Quito.

Kotler, P. (2002). *Mercadoctécnia: Dirección de Marketing*. México: McGraw Hill.

Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados Aplicada*. México: Pearson Educación.

Ministerio de Ambiente. (2007). *Plan de manejo el área recreacional El Bolicho*. Quito: MAE.

Ministerio de Turismo. (2009). *Boletín estadísticas turísticas*. Quito.

Ministerio de Turismo. (2010). *Turismo en Áreas Protegidas*. Quito: Ecuador Terra Incognita.

Ministerio de Turismo. (2012). *Estadísticas de Visita a Áreas Protegidas*. Quito:

MINTUR.

Ministerio de Turismo. (2012). *Estadísticas Turismo Ecuador 2012*. Quito: MINTUR.

Ministerio del Ambiente del Ecuador. (2007). Anexo del Plan de Manejo del Área Nacional de Recreación El Boliche. En M. d. Ecuador., *Anexo del Plan de Manejo del Área Nacional de Recreación El Boliche* (pág. 18). Quito.

Nicolau, J. (2011). *El producto turístico*. España: Universidad de Alicante.

Parra, David. (2007). *Diagnóstico Turístico del Área Nacional de Recreación El Boliche*.

Presidencia de la República. (2013). <http://marcapaisecuador.com.ec/marca/>. Obtenido de <http://marcapaisecuador.com.ec/marca/>

Reglamento de participación establecido en la Ley de Gestión Ambiental. (8 de Mayo de 2008). Decreto Ejecutivo 1040. Quito: Registro Oficial.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo SENPLADES, 2. (2013). *Buen Vivir Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito .

SENPLADES. (2009). *PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR*. Quito: SENPLADES.

Serrano, H. (2011). *Planificación de Marketing*. Quito: ESPE.

tareas.com, B. (2013). <http://www.buenastareas.com/ensayos/Dinamica-De-La-Naturaleza/5712003.html>. Recuperado el 01 de 11 de 2013, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Dinamica-De-La-Naturaleza/5712003.html>

Viajandox. (25 de 09 de 2013). *Montaña Corazón Mejía*. Obtenido de <http://www.viajandox.com/pichincha/montana-corazon-mejia.htm>

Viajandox. (25 de 09 de 2013). *Nevados Illinizas Mejía*. Obtenido de <http://www.viajandox.com/pichincha/nevados-illinizas-mejia.htm>

Viajandox. (25 de 09 de 2013). *Refugio Pasochoa*. Obtenido de <http://www.viajandox.com/pichincha/pasochoa-refugio-mejia.htm>

Vilema, E. F. (2009). *INFRAESTRUCTURA DE TRANSPORTE Y COMERCIO*.

www.cotopaxinoticias.com. (19 de 4 de 2010). *Ministerio del Ambiente entrega competencias ambientales a comunidad de Romerillos*. Obtenido de <http://www.cotopaxinoticias.com/seccion.aspx?sid=3&nid=482>

ANEXOS

ANEXO 1 al 10. Fotografías del Área Nacional de Recreación El Boliche y la Comunidad de Romerillos

Entrada al Área Nacional de Recreación El Boliche





Áreas de Juegos



Centro Administrativo del Área Nacional de Recreación El Boliche



Instalaciones del Área Nacional de Recreación El Boliche







Cerca de los hatos de camélidos



Comunidad de San Bartolomé de Romerillos



Proyecto de Desarrollo infantil Comunidad de Romerillos



Terreno y pobladores Comunidad de Romerillos



Iglesias de la comunidad de Romerillos



Vivienda de los pobladores de la Comunidad de Romerillos



Cooperativa Agropecuaria Comunidad de Romerillos



ANEXO 11. Plan Estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador “PLANDETUR 2020 “-(Introducción)

ANEXO 12. Información sobre los Ferrocarriles del Ecuador, Empresa Pública – FEEP

ANEXO 13. Diagnóstico Turístico del Área Nacional de Recreación El Boliche (Inventario de Recursos, Categoría y Tipología, Categorización del ANRB, Flora y Fauna de la zona).

ANEXO 14. Solicitud del Plan de Desarrollo parroquial de la parroquia de Pastocalle al Gobierno Parroquial San Juan de Pastocalle, provincia Cotopaxi.

ANEXO 15. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de San Juan de Pastocalle 2011-2018 (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San Juan de Pastocalle.

ANEXO 16. Convenio de uso y prestación de servicios turísticos, entre el Ministerio del Ambiente y la Compañía Operadora de Turismo Boliche Tours CIA. LTDA. (15 de abril de 2010).

ANEXO 17. Convenio de Cooperación para la administración de infraestructura turística en el Área Nacional de Recreación El Boliche.(16 de agosto 2012).

ANEXO 18. Carta de solicitud a la Directora Provincial de Cotopaxi, para realizar las investigaciones y estudios del Área Nacional de Recreación El Boliche.

ANEXO 19. Modelo de Encuesta realizada a los turistas que visitan el Área Nacional de Recreación El Boliche.

ANEXO 20. Audio de las entrevistas realizadas al Representante de la Comunidad San Bartolomé de Romerillos (Administrador de la Empresa Waponni, Administrador del Área Nacional de Recreación El Boliche Representante de la Comunidad de Romerillos).

ANEXO 21. Actividades del itinerario ECO BOLICHE CAMPING TOUR y ECO BOLICHE DE PASO. (Calificación de Servicios de Recreación, Recursos Complementarios, Precio del Producto).

ANEXO 22. Guía de entrevista al Administrador del área, Representante de la empresa WAPONNI, Presidente de la Comunidad de Romerillos