

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

MAESTRÍA EN GERENCIA DE PROYECTOS ECOTURÍSTICOS

Tema: “IMPACTO ECONÓMICO GENERADO EN LOS EMPRENDEDORES
DE LA RUTA TURÍSTICA “TREN DEL HIELO II”.

Trabajo de Investigación, previo a la obtención del Grado Académico de Magíster en
Gerencia de Proyectos Ecoturísticos

Autora: Licenciada Jenny Alexandra Sandoval Duque

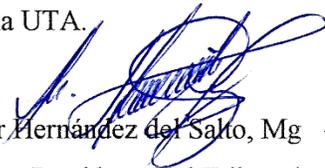
Directora: Licenciada Johana Gabriela Monge Martínez, Magíster

Ambato – Ecuador

2018

A la Unidad Académica de Titulación de la Facultad Ciencias Humanas y de la Educación

El tribunal receptor del Trabajo de Investigación presidido por el Doctor Víctor Hernández del Salto, Mg, e integrado por los señores Ingeniero Diego Fernando Melo Fiallos, Mg, Ingeniera María Fernanda Viteri Toro, Mg, Ingeniera Alicia Mercedes Porras Angulo, Mg, designados por la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, para receptor el Trabajo de Investigación con el tema “Impacto económico generado en los emprendedores de la Ruta turística Tren del Hielo 2”, elaborado y presentado por la Señorita Licenciada Jenny Alexandra Sandoval Duque, para optar por el Grado Académico de Magíster en Gerencia de Proyectos Ecoturístico; una vez escuchada la defensa oral del Trabajo de Investigación el tribunal aprueba y remite el trabajo para uso y custodio en las bibliotecas de la UTA.



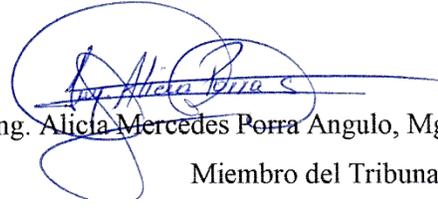
Dr. Víctor Hernández del Salto, Mg
Presidente del Tribunal



Ing. Diego Fernando Melo Fiallos, Mg
Miembro del Tribunal



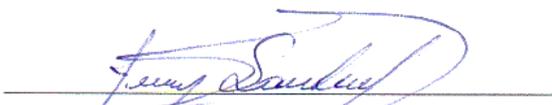
Ing. María Fernanda Viteri Toro, Mg
Miembro del Tribuna



Ing. Alicia Mercedes Porra Angulo, Mg
Miembro del Tribunal

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en el Trabajo de Investigación con el tema **“IMPACTO ECONOMICO GENERADO EN LOS EMPRENDEDORES DE LA RUTA TURISTICA TREN DEL HIELO 2”**, le corresponde exclusivamente a Licenciada Jenny Alexandra Sandoval Duque, Autor bajo la Dirección de Licenciada Johana Gabriela Monje Martínez, Magíster, Directora del Trabajo de Investigación; y el patrimonio intelectual del mismo a la Universidad Técnica de Ambato.



Licenciada Jenny Alexandra Sandoval Duque

c.c. 1803241361

AUTORA



Licenciada Johana Gabriela Monje Martínez, Mg

c.c.1803149614

DIRECTORA

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que el Trabajo de Investigación sirva como un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución

Cedo los Derechos de mi trabajo, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este, dentro de las regulaciones de la Universidad.



Licenciada Jenny Alexandra Sandoval Duque

c.c.1803241361

INDICE GENERAL

| | |
|---|------|
| PORTADA..... | i |
| DEDICATORA..... | xiii |
| AGRADECIMIENTO..... | xii |
| INDICE GENERAL..... | v |
| RESUMEN EJECUTIVO..... | xiv |
| CAPÍTULO I..... | 1 |
| EL PROBLEMA..... | 1 |
| 1.1 TEMA..... | 1 |
| 1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 1 |
| 1.2.1 Contextualización..... | 1 |
| 1.2.2 Análisis Crítico..... | 11 |
| 1.2.3 Prognosis..... | 11 |
| 1.2.4 Formulación del Problema..... | 12 |
| 1.2.5 Interrogantes..... | 12 |
| 1.2.6 Delimitación del Objeto de Investigación..... | 12 |
| 1.3 JUSTIFICACIÓN..... | 13 |
| 1.4 OBJETIVOS..... | 14 |
| 1.4.1 Objetivo General..... | 14 |
| 1.4.2 Objetivos Específicos..... | 14 |
| CAPÍTULO II..... | 15 |
| MARCO TEÓRICO..... | 15 |
| 2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS..... | 15 |
| 2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL..... | 17 |

| | |
|--|-----|
| 2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES | 19 |
| 2.4.1. Desarrollo teórico variable independiente | 22 |
| 2.4.2 Desarrollo teórico variable dependiente..... | 38 |
| 2.3.4 Estudio de caso ruta turística “Tren de Hielo 2” | 54 |
| 2.5 SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES | 80 |
| CAPÍTULO III | 81 |
| 3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN..... | 81 |
| 3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN..... | 81 |
| 3.3 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN..... | 82 |
| 3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA | 82 |
| 3.4.1 Población | 82 |
| 3.4.2. Muestra..... | 83 |
| 3.4.3. Temporalidad. | 84 |
| 3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLES | 85 |
| 3.6 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN | 89 |
| 3.7 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN..... | 94 |
| CAPÍTULO IV | 95 |
| 4.3 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS | 125 |
| 4.3.1 P1ANTEAMIENTO de la hipótesis..... | 125 |
| CAPÍTULO VI..... | 130 |
| PROPUESTA..... | 130 |
| 6.1 DATOS INFORMATIVOS | 130 |
| 6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA | 131 |
| 6.3 JUSTIFICACIÓN..... | 132 |
| 6.4 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA..... | 133 |

| | |
|---|-----|
| 6.4.1 Objetivo General | 133 |
| 6.5 ANÁLISIS DE LA FACTIBILIDAD | 134 |
| 6.5.1 Factor Operativo..... | 134 |
| 6.5.2 Factor Económico | 134 |
| 6.6 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA - TÉCNICA | 136 |
| 6.7 MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA | 139 |
| 6.8 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA | 140 |
| 6.9. ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA | 150 |
| 6.10 PLAN DE MONITOREO Y EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA | 151 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|-----|
| Tabla 1: Rutas turísticas de Tren Ecuador 2017..... | 6 |
| Tabla 2: Rutas turísticas que dejaron de operar Tren Ecuado..... | 6 |
| Tabla 3: Ciudades de mayor actividad turística en Ecuador según Censo 2010..... | 8 |
| Tabla 4: Ingresos económicos de exportaciones del Ecuador por año..... | 26 |
| Tabla 5: Filiales empresa Tren Ecuador..... | 56 |
| Tabla 6: Rutas turísticas que partían desde Ambato 2013..... | 72 |
| Tabla 7: Emprendimientos de la ruta “Tren del Hielo II” | 83 |
| Tabla 8: Indicadores aplicados a la encuesta de los turistas de la ruta..... | 92 |
| Tabla 9: Indicadores aplicados a la entrevista de los emprendedores..... | 93 |
| Tabla 10: Indicadores aplicados a las instituciones vinculadas..... | 94 |
| Tabla 11: Tabulación pregunta 1..... | 97 |
| Tabla 12: Tabulación pregunta 2..... | 98 |
| Tabla 13: Tabulación pregunta 3..... | 99 |
| Tabla 14: Tabulación pregunta 4..... | 100 |
| Tabla 15: Tabulación pregunta 5..... | 101 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 16: Tabulación pregunta 6..... | 102 |
| Tabla 17: Tabulación pregunta 7..... | 103 |
| Tabla 18: Tabulación pregunta 8..... | 104 |
| Tabla 19: Tabulación pregunta 9..... | 105 |
| Tabla 20 : Tabulación pregunta 10..... | 106 |
| Tabla 21: Tabulación pregunta 1..... | 107 |
| Tabla 22: Tabulación pregunta 2..... | 108 |
| Tabla 23: Tabulación pregunta 3..... | 109 |
| Tabla 24: Tabulación pregunta 4..... | 110 |
| Tabla 25: Tabulación pregunta 5..... | 111 |
| Tabla 26: Tabulación pregunta 6..... | 112 |
| Tabla 27: Tabulación pregunta 7..... | 113 |
| Tabla 28: Tabulación pregunta 8..... | 114 |
| Tabla 29: Tabulación pregunta 9..... | 115 |
| Tabla 30: Tabulación pregunta 10..... | 116 |
| Tabla 31: Tabulación pregunta 11..... | 117 |
| Tabla 32: Tabulación pregunta 12..... | 118 |
| Tabla 33: Tabulación pregunta 13..... | 119 |
| Tabla 34: Tabulación pregunta 14..... | 120 |
| Tabla 35: Tabulación pregunta 15..... | 121 |
| Tabla 36: Indicadores aplicados a las instituciones vinculadas a la ruta..... | 123 |
| Tabla 37: Empleos generados en la ruta “Tren del Hielo II”..... | 124 |
| Tabal 38: Presupuesto general de la propuesta | 140 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|-----|
| Figura 1: Árbol de problemas..... | 10 |
| Figura 2: Supra ordenación de variables..... | 19 |
| Figura 3: Sub ordenación de variable independiente..... | 20 |
| Figura 4: Sub ordenación de variable dependiente..... | 21 |
| Figura 5: Definición de tipos de viajeros..... | 23 |
| Figura 6: Ingresos por exportaciones al Ecuador..... | 25 |
| Figura 7: Clasificación de las rutas turístico – culturales..... | 32 |
| Figura 8: Clasificación de los emprendedores..... | 50 |
| Figura 9: Emprendedores por tramo..... | 57 |
| Figura 10: Mapa de línea férrea en el callejón interandino Sierra-Ecuador..... | 64 |
| Figura 11: Producto turístico original de la ruta Tren del Hielo | 65 |
| Figura 12: Proyectos sociales de Tren Ecuador..... | 74 |
| Figura 13: Representación de porcentajes de ventas..... | 75 |
| Figura 14: Gifs ´cards Tren Ecuador..... | 76 |
| Figura 15: Publicidad en internet que difunde las excursiones Tren Ecuador | 77 |
| Figura 16: Promoción de la ruta “Tren del Hielo II” | 78 |
| Figura 17: Sistema de indicadores de sostenibilidad turístico para las zonas rurales.... | 91 |
| Figura 18: Propuesta de Conformación de una Asociación de Emprendedores..... | 148 |
| Figura 19: Organigrama Estructural Funcional de Asociación de Emprendedores..... | 149 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|-----|
| Gráfico 1: Representación gráfica pregunta 1 | 97 |
| Gráfico 2: Representación gráfica pregunta 2 | 98 |
| Gráfico 3: Representación gráfica pregunta 3 | 99 |
| Gráfico 4: Representación gráfica pregunta 4 | 100 |
| Gráfico 5: Representación gráfica pregunta 5 | 101 |
| Gráfico 6: Representación gráfica pregunta 6 | 102 |
| Gráfico 7: Representación gráfica pregunta 7 | 103 |
| Gráfico 8: Representación gráfica pregunta 8..... | 104 |

| | |
|--|-----|
| Gráfico 9 :Representación gráfica pregunta 9 | 105 |
| Gráfico 10 : Representación gráfica pregunta 10 | 106 |
| Gráfico 11 :Representación gráfica pregunta 1 | 107 |
| Gráfico 12 :Representación gráfica pregunta 2 | 108 |
| Gráfico 13 : Representación gráfica pregunta 3..... | 109 |
| Gráfico 14 : Representación gráfica pregunta 4 | 110 |
| Gráfico 15 : Representación gráfica pregunta 5 | 111 |
| Gráfico 16 : Representación gráfica pregunta 6 | 112 |
| Gráfico 17 : Representación gráfica pregunta 7..... | 113 |
| Gráfico 18 : Representación gráfica pregunta 8 | 114 |
| Gráfico 19 : Representación gráfica pregunta 9 | 115 |
| Gráfico 20 : Representación gráfica pregunta 10 | 116 |
| Gráfico 21 : Representación gráfica pregunta 11 | 117 |
| Gráfico 22 : Representación gráfica pregunta 12 | 118 |
| Gráfico 23 : Representación gráfica pregunta 13 | 119 |
| Gráfico 24 : Representación gráfica pregunta 14..... | 120 |
| Gráfico 25 : Representación gráfica pregunta 15 | 121 |

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

| | |
|---|-----|
| Fotografía 1 : Rehabilitación Estación de Ambato | 172 |
| Fotografía 2 :Unidades que recorren la ruta Autoferro 97..... | 172 |
| Fotografía 3 :Unidades que recorren la ruta Autoferro 93..... | 173 |
| Fotografía 4 : Unidades que recorren la ruta Tren Panorámico..... | 173 |
| Fotografía 5 : Unidades que recorren la ruta Coches patrimoniales..... | 173 |
| Fotografía 6 : Caramelo artesanal “Don Manuelito” Cantón Cevallos..... | 174 |
| Fotografía 7 : Dulcifresa productores de mermeladas..... | 174 |
| Fotografía 8 : Cafetería de la Estación Urbina..... | 175 |
| Fotografía 9 :Estación Urbina explicación guía local..... | 175 |
| Fotografía 10 : Plaza artesanal Asociación de mujeres tejedoras Cantón Guano | 176 |
| Fotografía 11 : Plaza artesanal Venta de artesanías Cantón Guano..... | 176 |

| | |
|--|-----|
| Fotografía 12: Socialización de propuesta con Emprendedores | 177 |
| Fotografía 13: Exposición de propuesta con Emprendedores | 177 |

ANEXOS

Anexo 1: Autorización de Tren Ecuador para elaboración de Tesis.

Anexo 2: Encuesta para Turistas.

Anexo 3: Encuesta para Emprendedores.

Anexo 4: Modelo de Actas y Solicitudes para conformación de Asociación.

Anexo 5: Fotografías vinculadas a la Ruta turística “Tren del Hielo II”.

AGRADECIMIENTO

Gracias al Señor mi Dios quien permitió por su bondad, tener este tiempo y contacto con mis seres amados.

Por siempre a mi familia, a mis padres por cuidar de mis hijos Felipe y Benjamín, mientras viajaba en el Tren tantos años y estar siempre pendientes y dispuestos a ayudar.

A todos los profesionales que dando parte de su valioso tiempo, orientaron con paciencia y eficacia este trabajo.

A mis amigos y amigas, por sus palabras de ánimo y motivación que alentaron mi vida.

Jenny Sandoval Duque

DEDICATORA

A mis queridos amigos emprendedores de la ruta turística “Tren del Hielo II”, que durante el tiempo compartido al formar un equipo de trabajo, hicieron que cada experiencia tenga el verdadero valor agregado por su calidez y amabilidad.

Supieron darme apoyo, compañerismo y sobre todo una amistad desinteresada, trascendiendo del ámbito laboral con una palabra o un gesto de cariño en cada momento compartido.

En gratitud al esfuerzo de brindar lo mejor en cada viaje, quiero dedicarles este trabajo investigativo para fortalecer su trabajo y animarlos a no decaer en el desarrollo personal y profesional.

Jenny Sandoval Duque

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

MAESTRÍA DE GERENCIA DE PROYECTOS ECOTURÍSTICOS

TEMA

IMPACTO ECONÓMICO GENERADO EN LOS EMPRENDEDORES DE LA RUTA TURÍSTICA “TREN DEL HIELO II”

AUTORA: Jenny Alexandra Sandoval Duque

DIRECTORA: Johana Gabriela Monge Martínez

FECHA: 31 de Enero 2018

RESUMEN EJECUTIVO

El tren constituyó durante muchos años la principal vía de comunicación en el país, abriendo un espacio innegable a la comercialización de productos, dinamización de las economías e intercambio cultural de las regiones del Ecuador, creando vida comercial a su alrededor, formando un conjunto de experiencias tanto en quienes lo abordaban, como en quienes lo veían pasar, pero con 30 años de abandono ese progreso lentamente desapareció, pueblos inhabitados, estaciones obsoletas y rieles cubiertas de olvido.

Con la rehabilitación del corredor férreo vuelve a reactivarse las economías locales, los emprendimientos tenían otra vez ese dinamismo que traía el tren a sus ciudades, y al estudiar la ruta turística “Tren del Hielo 2”, se pudo conocer cuál es el impacto que ha generado este proyecto turístico en el ámbito económico después de su implementación, se realizó entrevistas a los emprendedores y encuestas a los turistas que recorren la ruta, se determinó que ciudad obtiene mayores ingresos económicos y que emprendimientos tienen éxito en sus servicios, además con los resultados se destaca que esta investigación dio una visión de cuál ha sido el beneficio en los emprendedores al formar parte del proyecto turístico Tren Ecuador.

La ruta turística “Tren del Hielo 2” se inició en el 2013 y une a dos provincias centrales de la Sierra Ecuatoriana, vinculando a emprendedores con una actividad comercial existente por algunos años y otros en cambio que se crearon con la necesidad de brindar servicios innovadores en la actividad turística generada por la rehabilitación del Tren. Esta vinculación coadyuva a la economía del país, creando fuentes de empleo directa e indirectamente en el ámbito turístico y social, pues existe más movimiento comercial y servicial gracias al Turismo.

Por ello surgieron datos interesantes acerca de la implementación de este proyecto, de lo importante que resulta dar un impulso a las actividades comunitarias y proyectos sociales de las comunidades cercanas a las rieles, pues su aporte ha sido representativo en el crecimiento económico de las poblaciones por las que circula esta ruta turística.

Descriptor: Tren; Rehabilitación; Ruta turística; proyecto; dinamización, economía comunidades; emprendedores; impacto.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
MAESTRÍA DE GERENCIA DE PROYECTOS ECOTURÍSTICOS

THEME:

ECONOMIC IMPACT GENERATED ON THE ENTREPRENEURS OF THE
TOURIST ROUTE "ICE TRAIN II"

AUTHOR: Jenny Alexandra Sandoval Duque

DIRECTED BY: Johana Gabriela Monge Martinez

DATE: 31 de Enero 2018

EXECUTIVE SUMMARY

The train was for many years the main communication channel in the country, opening up an undeniable space for the commercialization of products, dynamization of the economies and cultural exchange of the regions of Ecuador, creating life around them, forming a set of experiences both In those who approached it, as in those who saw it happen, but with 30 years of abandonment that progress slowly disappeared, uninhabited towns, obsolete stations and covered rails of oblivion.

With the rehabilitation of the railway corridor, the local economies were reactivated again, the enterprises had that dynamism that brought the train back to their cities, and when studying the tourist route Ice Train 2 in the center of the country, we were able to know what the impact which has generated this tourist project in the economic area after its implementation, carrying out surveys to the tourists that visit it, it was determined that the city obtains greater economic income and that enterprises are successful in its services, besides with the results we can emphasize that this investigation gave a vision of what has been their benefit to be part of the tourist project Tren Ecuador.

The tourist route "Tren del Hielo II" began in 2013 and unites two central provinces of the Ecuadorian Sierra, linking entrepreneurs with an existing commercial activity for some years and others in exchange that were created with the need to provide innovative services in the tourism activity generated by the rehabilitation of the Train.

This linkage contributes to the economy of the country, creating sources of employment directly and indirectly in the tourist and social field, since there is more commercial and helpful movement thanks to tourism.

This is why interesting data emerged about the implementation of this project, the importance of giving a boost to community activities and social projects of the communities near the rails, since their contribution has been representative of the economic growth of the populations the ones that circulate this tourist route

Keywords: Train; Rehabilitation; Tourist route; draft; dynamisation; economy communities; entrepreneurs; impact

INTRODUCCIÓN

El despunte de nuestro país en el ámbito turístico ha quedado evidenciado con este mega proyecto “Tren Ecuador”, que en estos años ha logrado revivir un sueño olvidado, unir a las regiones, vincular a las comunidades y dar ese sentimiento de pertenencia al ecuatoriano de su riqueza natural, cultural y patrimonial en el que es tan rico y próspero.

Creado para transportar ciudadanos, alimentos, animales y de más enceres, hoy su rehabilitación tiene como objetivo construir desde el servicio turístico un producto de calidad que coadyuva a las poblaciones cercanas a ofertar servicios turísticos y así obtener ingresos económicos vinculados a su actividad diaria; la rehabilitación del Tren ha traído vida a las ciudades fantasmas, olvidadas, abandonadas que antes solo dependían de este para su subsistencia; pero, ¿Qué importancia ha tenido su rehabilitación, que beneficios deja esta construcción en la comunidad y más en sus actores directos, población, emprendimientos y turistas?.

El enfoque del Tren va dirigido hacia el disfrute de los atractivos naturales, culturales, históricos para los turistas, y es el consumo de estos turistas el principal sustento de los emprendedores vinculados a la ruta turística, esto implica directamente que la afluencia de los visitantes es el pilar fundamental para que los emprendimientos incrementen sus ventas, caso contrario la falta de turistas podría desencadenar un déficit en la economía.

Esta investigación dio a conocer esta realidad, lo que dará una visión de satisfacción de la comunidad que participa en los recorridos turísticos que se llevan a cabo en el corredor férreo del país, y también el empuje necesario a la empresa “Tren Ecuador” en repotenciar ese rescate que se da a los emprendedores al brindarles una oportunidad de surgir como fue el propósito de su mentalizador Gral. Eloy Alfaro allá por el siglo XIX.

El presente estudio plantea el conocer: ¿Cuál es el impacto económico de la ruta turística “Tren del Hielo II” en la rentabilidad económica de los emprendimientos locales?. Y por ello se buscó identificar el impacto económico que tienen los comerciantes, mismo que

será de gran utilidad para definir las posibles soluciones a los conflictos financieros que tienen los negocios de la ruta, teniendo en cuenta la situación monetaria, social y cultural de los visitantes que acuden a los diferentes destinos, buscando promover una mejor acogida hacia estos sitios turísticos.

Esta investigación quiere resaltar la influencia que tiene hoy el turismo en las comunidades, sus emprendedores y personas que han sido vinculadas al recorrido turístico del tren; por eso analizar la contribución a la económica de los emprendedores alrededor de la ruta del “Tren del Hielo II” era indispensable. La modalidad de investigación es bibliográfica y de intervención social, teniendo un tipo de investigación exploratoria y descriptiva.

En el Capítulo I, se determina el problema y su contextualización con respecto a la problemática de las bajas ventas de los emprendedores, identificando sus causas y efectos que permiten generar preguntas directrices para la investigación.

En el Capítulo II, describe la recopilación bibliográfica de las variables a investigar y sus categorías fundamentales.

En el Capítulo III, indica la metodología utilizada determinando la población y muestra en la cual se aplicara la recolección de información, tanto en turistas, emprendedores y en las empresas vinculadas a la ruta turística.

En el Capítulo IV, detalla los resultados obtenidos con la interpretación de los datos numéricos que permiten verificar la hipótesis planteada a través de la aplicación de Kolmogorov.

En el Capítulo V, se plantea las recomendaciones y conclusiones de la investigación, dando a conocer aspectos relevantes de la investigación realizada.

En el Capítulo VI, se presenta la propuesta que hace referencia a la necesidad de formar una Asociación de emprendedores para fortalecer su actividad económica actual y, mejorarla a mediano plazo.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 TEMA

“IMPACTO ECONÓMICO GENERADO EN LOS EMPRENDEDORES DE LA RUTA TURÍSTICA “TREN DEL HIELO II”.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1 Contextualización

El turismo evolucionó y hoy presenta nuevas alternativas que distan mucho del conocido destino playa y diversión (Rodriguez & Malaver, 2009). Actualmente se ofrece una gama de productos amplia y enriquecedora culturalmente. Por ello la demanda de tener nuevos atractivos en los países crece. En la última década el Turismo se desarrolla en varios aspectos, pues crea en quienes exploran las diferentes actividades una conciencia de cultura y respeto por los recursos turísticos que dispone un país (Toyos & Gorriez, 2010). Tenemos turistas más exigentes, buscan experiencias distintas que demuestren innovación y ayuda social en las comunidades visitadas (Morangues, 2008).

La creación de rutas turísticas involucra a la población más cercana y de ese modo genera trabajo y bienestar para sus habitantes, ya que perciben un ingreso económico en sus hogares. Esto genera un dinamización en la economía local, a cambio de ello los turistas adquieren conocimientos y se llevan la satisfacción de conocer atractivos naturales, culturas ancestrales y gastronómicas (TREN Ecuador, 2016) .

Una de las alternativas turísticas es el uso de ferrocarriles como medio de transporte inmerso en los atractivos turísticos, históricos, culturales y naturales que ofrece un país (Carrera, 2014). El desarrollo del turismo ferroviario es una actividad que con el tiempo ha ido incrementándose; las locomotoras que inicialmente funcionaban con leña, y hoy funcionan con combustibles fósiles, energía eléctrica o de otra índole, aportan sustancialmente al turismo (Tartarini, 2005).

Destacan empresas ferroviarias insignes, con características interesantes que los hacen únicos y especiales, teniendo referencia a:

El tren de la Nostalgia, Japón.- Ubicado al norte de Japón, en la isla de Honshu prefectura de Aomori; con apenas 20 kilómetros de recorrido y construido en los años 20 se encuentra un Tren Turístico familiar. Inicia en Goshwara y termina en Nakasato con 12 estaciones ferroviarias. Se lo llama el “Tren de la nostalgia” debido los hermosos paisajes que puede ofrecer además de su cultura tradicional que parece haberse quedado en el pasado (Relloso , 2014).

Durante todo este corto recorrido se observan manzanos, cultivos de arroz, un paisaje rosado por los arboles de cerezo que adornan todo el paisaje. La visita de turistas ha contribuido a mejorar la calidad de vida de sus habitantes, pues rememora la cultura japonesa muy ansiada principalmente por europeos (Gonzales, 2010).

Tenemos otro referente en cuanto a recorridos ferroviarios **El orgullo de África, Sudáfrica-** Rovos Rail es una empresa ferroviaria privada que opera desde la estación de Park Capital en Pretoria, Sudáfrica. La Sociedad International Railway Travelers lo ha llamado “el Orgullo de África”, y lo ha catalogado como uno de los mejores 25 trenes del Mundo debido a su excelente alojamiento, espacios públicos, servicio de comedor y lugares fuera del tren turístico (Collon, 2017).

Rovos Rail esta fusionada con **Rhino** Africa que es una operadora, cuya filosofía es devolver parte de lo que reciben en el turismo a las comunidades y vida salvaje de África (Wightman, 2010). Contribuyen a la labor de diversas organizaciones benéficas, trabajando con miras a una iniciativa de turismo ecológico y amigable con las poblaciones cercanas (Parra, 2014).

En América del Sur, tenemos un recorrido histórico de gran emblema, **Tren de lujo Hiram Bingham, Machu Pichu Perú**- Transporta a los pasajeros a través de distintos paisajes, coloridos pueblos de la serranía peruana, con la riqueza natural de los Andes. Desde la estación de Poroy, (20 minutos del centro de la ciudad de Cusco) el Hiram Bingham empieza su recorrido diario, los guías se presentan para explicar y aclarar todos los puntos más importantes e interesantes de la ruta, tal y como lo hacen los guías en las ruinas de Machu Picchu (Bosman, 2008).

La región de Cuzco cuenta con una oferta turística estructurada teniendo en cuenta los hoteles, restaurantes, agencias, transporte entre otros. Actualmente es el mayor destino turístico del Perú, con una afluencia de un millón de visitantes anuales en el 2008. Sin duda es un motor económico y turístico, esperando su crecimiento con la llegada de turistas internacionales para los años venideros (Moreno, 2012). Esta actividad turística genera ingresos económicos y así beneficia directamente a los poblados cercanos.

En el año 2011 tras un estudio de la UNESCO, se determinó que la carga de visitantes era muy pesada para el sitio arqueológico, pues recibía demasiadas visitas diarias, teniendo el riesgo que eso deteriorara la conservación del mismo, por lo que instó al Ministerio de Turismo de este país a mermar o determinar estrategias para controlar de mejor manera el ingreso de turistas (Escenario, 2011).

En base a esta petición ampliamente justificada, la entidad gubernamental determinó que las visitas a este sitio se dividirían en dos jornadas de ingreso, poniendo un valor superior

al ingreso matutino que es el de mayor demanda y otro más barato en el horario vespertino, lo que en algo ha equilibrado el ingreso de turistas al sector (Tinoco, 2017).

En Ecuador, se implementó desde 2008 la Empresa Publica **Tren Ecuador** – Como un proyecto de rehabilitación, pues el origen de la construcción de la vía férrea en Ecuador se dio específicamente para unir a la Región Costa con la Sierra. Los viajes entre estas dos regiones eran aproximadamente de 3 semanas, pero se vieron acortadas por la implementación del tren, y desde 1873 Ecuador acortó distancias, optimizó tiempo y ayudó a crecer a un país (Laclear, 2007).

Fueron muchos los autores de esta idea, entre ellos Gabriel García Moreno su mentalizador, quien en su segundo mandato presidencial inicio el tramo Duran-Yaguachi, serian 35 km de línea férrea que dieron inicio a este sueño ferroviario, también Lizardo García, Leónidas Plaza, Eloy Alfaro, Isidro Ayora, Emilio Ponce Enríquez y María Velasco Ibarra fueron quienes dieron vida al tren, pero es Alfaro el más reconocido por terminar este icono de su revolución, el tren fue una herramienta importante para conectar espacios, relacionar a los habitantes, conformar un mercado y sobre todo imaginar por igual a una nación ecuatoriana (Quiñónez, 2012).

En 1897 en la presidencia de Eloy Alfaro se forma la Guayaquil and Quito Railway Company, una sociedad dual, pues él busca ayuda internacional para lograr su objetivo ferroviario, pudiendo conocer a quien sería su compañero Archer Harmant con la experiencia de haber creado la línea férrea en New York, USA se movilizó hasta nuestro país para iniciar este complejo sistema ferroviario que sería conocido más tarde como “El Tren más difícil del mundo” (Cadena, 2012).

En 1908 al llegar a Quito, dejaría marcado el camino a seguir para llegar a la tan anhelada unión, que en años posteriores se extendería a todo el país, pues la líneas férreas estuvieron presentes en Manabí, El Oro, Imbabura, Carchi, Azuay, siendo 1957 el ultimo años de la construcción del tren, cuando se inauguró la ruta completa del norte

desde Ibarra hasta San Lorenzo en Esmeraldas, cumpliéndose así un sueño esperado por décadas (Instituto de Investigación Histórica y Cultural Popular "Nuevo Alausi", 2008).

Durante los años siguientes el tren sería el medio de comunicación predilecto por las masas para intercambiar sus productos, pero su decadencia se produjo en 1980 aproximadamente cuando dejó de funcionar y quedó el sueño de Alfaro en el olvido (Laclear, 2007).

En el año 2008 en la presidencia del Eco. Rafael Correa, se inicia el proceso de rehabilitación de la línea férrea declarada como bien patrimonial, histórico, testimonial y cultural del país (FEEP y MINTUR, 2014).

A raíz de ello se inicia el proyecto de Construcción y Rehabilitación del Tren de Alfaro desarrollando y enfocado hacia el Turismo, para lo cual se conforma la empresa pública Ferrocarriles del Ecuador con la colaboración del Ministerio de Turismo, Ministerio Coordinador del Patrimonio en cuyos lineamientos se refleja en enfoque social para la vinculación de sectores productivos y la disminución de la pobreza a través de emprendimientos que conjuntamente a los servicios turísticos conformen el corredor férreo del país (Guerrero, 2013).

Recuperado desde 2008 e inaugurado en 2013 el Tren constituye un Patrimonio Histórico Testimonial y Cultural del Ecuador, cuenta con una gran variedad de destinos ferroviarios que en cortos recorridos deja apreciar muestras de gran riqueza natural y cultural. Son 454 km de línea férrea renovados después de 30 años de olvido es considerado el mejor producto turístico del país. Atraviesa 6 provincias, 30 estaciones ferroviarias, 10 rutas turísticas y su producto estrella "Tren Crucero". Involucra a 5000 empleos directos e indirectos, 180 microempresas y emprendedores que reciben a 150 mil turistas cada año (FEEP y MINTUR, 2014).

Actualmente la Empresa Pública Tren Ecuador, posee varias rutas (ver tabla 1), las excursiones que se promocionan son:

Tabla 1
Rutas Turísticas de Tren Ecuador 2017

| RUTA | CIUDADES | COSTO | DURACION |
|--------------------------|--------------------------|--------------|-----------------|
| Tren de la Libertad I | Ibarra-Salinas-Ibarra | \$30 | 5 h aprox. |
| Tren de la Libertad II | Otavalo-Salinas-Otavalo | \$53 | 10 h aprox. |
| Tren de los Volcanes I | Quito-Boliche-Quito | \$41 | 9 h aprox. |
| Tren de los Volcanes II | Ambato-Boliche-Ambato | \$22 | 7 h aprox. |
| Tren de los Volcanes III | Quito-Ambato/ viceversa | \$100 | 2 días |
| Tren del Hielo I | Riobamba-Urbina-Riobamba | \$27 | 5 h aprox. |
| “Tren del Hielo II” | Ambato-Urbina-Ambato | \$22 | 9 h aprox. |
| Nariz del diablo | Alausí -Sibambe- Alausí | \$32 | 2:30 h aprox. |
| Tren de la Dulzura | Duran-Bucay-Duran | \$30 | 10 h aprox. |
| Tren del Cacao | Duran-San Antonio-Duran | \$112 | 9 h aprox. |
| Tren Costa-Sierra | Duran-Alausí o viceversa | \$121 | 2 días |

Fuente: Pagina web Tren Ecuador 2017
Elaborado por: Sandoval J (2017)

Pero hay otras rutas que desaparecieron y hoy ya no están disponibles para los turistas:

Tabla 2
Rutas turísticas que dejaron de operar

| RUTA | CIUDADES | Tiempo en funcionamiento | MOTIVO DE CIERRE |
|--------------------------|-----------------------------|---------------------------------|---|
| Sendero de los Arrozales | Duran- Yaguachi y viceversa | 3 años | Alargamiento de ruta hasta Bucay |
| Sendero de los Ancestros | Riobamba-Colta y viceversa | 3 años | Baja ocupación |
| Tren de la Quinoa | Riobamba-Guamote | 2 años | Baja ocupación |
| Tren de la excelencia | Quito- Duran y viceversa | 2 años | Cierre de convenio entre Ministerio de Educación y Tren Ecuador |

Fuente: Tren Ecuador
Elaborado por: Sandoval J (2017)

Esta investigación está enfocada en la ruta “Tren del Hielo II”, cuya salida va desde Ambato a los páramos del Chimborazo a más de 3500 metros sobre el nivel del mar, sin olvidar de los artículos de cuero en los talleres y tiendas de Cevallos.

Hay varios emprendedores vinculados a la ruta, en las cuatro estaciones (Ambato-Mocha-Urbina-Cevallos) están presentes comunidades que trabajan en los espacios destinados para museo, plaza artesanal y café del Tren. Por ejemplo en la estación de Urbina está a cargo de la Asociación de mujeres emprendedoras de la Comunidad del Sector 4 esquinas del Cantón de Guano, en Cevallos también existen emprendedores que se encuentran direccionados por la Municipalidad local (TREN Ecuador, 2016).

Turismo en cifras, Ecuador

En Ecuador se percibe el movimiento turístico por la cantidad de personas que se movilizan en fechas determinadas (feriados). Los desplazamientos turísticos internos registrados en 2016 dinamizaron a la economía ecuatoriana con 285,5 millones de dólares, contribuyendo así a la reactivación productiva (Coordinación General de Estadísticas e Investigación del Ministerio de Turismo, 2017).

Durante 2016 se reportaron 12,3 millones de viajes internos, el 40% de ellos durante los diferentes feriados, es decir alrededor de 4.9 millones de desplazamientos. Solo en el feriado de fin de año (31 de diciembre de 2016 al 2 de enero de 2017), se registraron 618.972 viajes, en los que hubo un gasto total que superó los 37,6 millones de dólares.

Acorde a la información publicada por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (World Travel and Tourism Council) que es el único organismo mundial que reúne a todos los principales actores del sector de viajes y turismo, lo que les permite hablar como “one voice” ante gobiernos y organismos internacionales (WTTC, 2014); anunció que, en el primer semestre de 2016 registró un saldo de 292 millones de dólares, siendo positiva

por quinto año consecutivo. Es decir, por concepto turismo receptivo existió mayor ingreso que salida de divisas.

En el tercer trimestre del 2016, con más de 1.075 millones de dólares en ingresos, el turismo continuó como la tercera fuente de ingresos no petroleros detrás del banano y camarón, contribuyendo de manera directa con el 2,1% del PIB nacional y de manera indirecta con el 5,1% (ANDES, 2017).

Además según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC en la cuenta Satélite de Turismo con los datos del Censo de Población 2010 nos deja saber que Pichincha es la provincia que concentra el mayor porcentaje de actividad turística a nivel nacional contando entre sus actividades que desde su capital Quito, parten las rutas del Tren (Tren de los Volcanes I y Volcanes III).

Guayas le sigue muy de cerca en cuanto las actividades y también cuenta con las rutas del Tren (Tren de la Dulzura- Tren del Cacao- Tren Costa Sierra); con menor porcentaje esta Manabí y Azuay, mientras que en quinto lugar está la provincia de Tungurahua figurando entre las provincias que tienen actividad turística, desde la cual también tiene vinculación con las rutas del Tren (“Tren del Hielo II” y Volcanes II) (ver Tabla 3).

Tabla 3
Ciudades con mayor actividad turística en Ecuador según Censo 2010

| CIUDAD | PORCENTAJE | RUTA DEL TREN |
|-------------------|-------------------|--|
| Pichincha | 23% | Tren de los Volcanes I-III |
| Guayas | 22% | Tren Dulzura/Cacao/Tren Costa –Sierra |
| Manabí | 7% | _____ |
| Azuay | 6.5% | _____ |
| Tungurahua | 5% | “Tren del Hielo II” y Volcanes II |

Fuente: Cuenta satelital INEC 2010
Elaborado por: Sandoval J (2017)

Otro dato estadístico importante es mencionar que el personal dedicado a las actividades del turismo (emprendedores, empleados y comerciantes) asciende a 205.452 personas, de éstas, el 53% son mujeres y el 47% restante son hombres, a nivel nacional. Además, del total de personal, el 64% se concentra en la actividad de servicios de provisión de alimentos y bebidas (132.805 personas), seguido de los servicios de alojamiento para visitantes con un 12% (25.182 personas) (INEC, 2012).

Por esta información se considera a la ruta como objeto de estudio, para determinar la influencia que los visitantes tienen en los ingresos económicos de los emprendedores.

Figura 1: Árbol de problemas



Fuente y Elaboración: Sandoval, J. (2017)

1.2.2 Análisis Crítico

Los ingresos limitados de los emprendedores de la ruta turística “Tren del Hielo II” se deben a varios factores, principalmente por la escasa promoción de la ruta hay poca venta de boletos y poca afluencia de turistas. Situación crítica ya que por el escaso número de frecuencias en el recorrido, disminuye el ingreso económico de los emprendedores en servicios y productos.

Otra de las causas detectadas se encuentra en la adquisición sin planificación de mercadería y artesanías que los emprendedores utilizan para el desarrollo de sus actividades. Existe una limitada gama de productos. Además, no hay innovación en la elaboración de artesanías que conllevan a una acumulación de productos, incluidos perecibles, que en muchos de los casos deben desecharse si no son comercializados.

Generalmente son los directivos de las organizaciones emprendedoras quienes asisten a los talleres de capacitación, pero ellos no son quienes están en las estaciones donde tiene los puntos de venta, pues son los miembros de la Asociación quienes dan la cara la público y entre los miembros van rotando su asistencia cada fin de semana.

En cuanto a la comercialización de alimentos, en varios establecimientos y puntos de venta, estos no cuentan con un adecuado manejo. Esto suscita la inseguridad de su asepsia y obviamente esto causa que sus ventas sean limitadas.

1.2.3 Prognosis

Con esta investigación, se podrá obtener correctivos a errores que merman los ingresos económicos de los emprendedores. Al no puntualizar, las fallas directas e indirectas que estos cometen, podrían causar a corto plazo la suspensión de sus actividades y la pérdida

total de sus esfuerzos. Desencadenando en la salida del emprendimientos de la ruta, dejando sin atractivos valiosos al recorrido. Pues son los emprendedores quienes conforman una buena experiencia a través de sus servicios, ya que agrega el valor significativo que tiene el turismo.

El consumo de los turistas es su principal sustento, esto implica directamente que su afluencia es el pilar fundamental para que los negocios tengan un adecuado desempeño, caso contrario su ausencia podría desencadenar un déficit en la economía nacional; si no se realiza este estudio, podría dejar de funcionar esta ruta turística, así como ha sucedido en otras rutas ya desaparecidas.

1.2.4 Formulación del Problema

¿Cuál es el impacto económico generado en los emprendedores de la ruta turística “Tren del Hielo 2”?

1.2.5 Interrogantes

- ¿En qué consiste la ruta turística “Tren del Hielo II”?
- ¿Quiénes son los emprendedores de la ruta turística “Tren del Hielo II”?
- ¿Qué indicadores económicos analizarán la situación económica de los emprendedores?
- ¿Cuál es la cantidad de recursos económicos que los turistas destinan para gastar en la ruta turística “Tren del Hielo II”?

1.2.6 Delimitación del Objeto de Investigación

La presente investigación está enfocada a la siguiente área:

Campo: Turismo
Área: Economía
Aspectos: Ruta Turística

1.3 JUSTIFICACIÓN

Esta investigación se realizará para identificar el impacto económico que perciben los emprendedores del recorrido “Tren del Hielo II”, conocer si su participación en este proyecto turístico alcanza el objetivo económico esperado, ofertado por la Empresa Pública Tren Ecuador. Pues después de tener 5 años de creación esta ruta, es importante determinar cuan beneficioso es pertenecer a este recorrido, qué recursos reciben las poblaciones cercanas a las rieles del Tren y cómo lo perciben los emprendedores que tienen a este recorrido como su ingreso económico directo.

Será de gran utilidad para definir posibles soluciones a las falencias y conflictos que tienen en la actualidad los negocios de la ruta turística.

Por otro lado, la información obtenida servirá para analizar las otras rutas turísticas de Tren Ecuador y conocer sobre cuán satisfechos y beneficiados han sido los emprendimientos al participar con sus productos y servicios.

Esta investigación aportará con indicadores valiosos acerca de la situación actual de los emprendedores que coadyuvaran a las instituciones gubernamentales y particulares vinculadas a replantear, fortalecer o cambiar sus políticas y técnicas aplicadas a turismo en cada una de sus poblaciones pues el conocer la realidad de su entorno, puede contribuir a incrementar el flujo de turistas donde los principales beneficiarios serían las familias de los emprendedores que directa o indirectamente contribuyen a este eje turístico que atraviesa cuatro ciudades de la región central del país.

La principal ventaja es haber sido guía turística de la ruta turística “Tren del Hielo II”, ello ha permitido tener un contacto directo y conocer la realidad del recorrido. Esa será una facilidad al recopilar la información de los emprendedores. Además todos los involucrados están dispuestos a brindar datos reales, fidedignos y veraces. Pues el objetivo es descubrir el impacto económico que genera la ruta en los emprendedores.

La Empresa Pública Tren Ecuador tiene pleno conocimiento de la elaboración de esta tesis y mostró su total apoyo para iniciar esta investigación mediante un oficio que corrobora la apertura para obtener la información necesaria.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

- Identificar el impacto económico generado en los emprendedores de la ruta turística “Tren del Hielo II”.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Describir la ruta turística “Tren del Hielo II ”
- Detallar a los emprendedores de la ruta turística “Tren del Hielo II”
- Establecer los indicadores económicos que analicen el impacto en los emprendedores
- Determinar la distribución de recursos económicos de los turistas de la ruta “Tren del Hielo II”.
- Diseñar una posible solución al problema encontrado.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

En la revisión del repositorio de la Facultad de Ciencias Humas y de la Educación, hay un estudio relacionado al presente tema de esta investigación.

Para lo cual se ha tomado como antecedente referencial: “El producto turístico Tren del Hielo II” y su aporte en la dinamización socio-económica del Cantón Cevallos, Provincia de Tungurahua”. Cuya conclusión determina que se pudo evidenciar el desarrollo socioeconómico del cantón Cevallos a través de la implementación de la ruta turística del Tren del Hielo II, el cual es destinado parcialmente a pocos locales del cantón (calzadistas y restaurantes), no todos los sectores productivos se ven beneficiados. Por ello se debería plantear estrategias para promocionar nuevos atractivos turísticos del cantón y así beneficiar a más emprendedores (Paredes, 2016).

El estudio de la investigadora contempla una parte de la ruta turística “Tren del Hielo II”, más no se tiene un margen amplio de estudio sobre todos los emprendedores que están involucrados realmente.

Otro estudio levemente relacionado está en el repositorio de la Universidad de Guayaquil, cuyo tema es “Tren turístico y su incidencia económica en Duran, parroquia Eloy Alfaro, provincia de Guayas” donde se concluye que: Durante el periodo 2012 y 2014 con la presencia de la ruta turística del tren, el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) del cantón, trabajó en la regeneración de áreas verdes y espacios recreativos públicos, beneficiando a más del 70% de los habitantes ubicados a lo largo de la línea férrea, proyectos que se están desarrollando para activar económicamente al

cantón, y permitir que se den nuevas oportunidades a la población, para su desarrollo integral (Ganán, 2015).

Aunque los estudios mencionados tienen una perspectiva investigativa relacionada con el tema de esta investigación, no se ha realizado un estudio profundo, objetivo y holístico que determine un estudio verdadero con respecto a la ruta turística “Tren del Hielo 2”.

2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

En esta investigación se utilizará el paradigma crítico PRO positivo, pues permite desarrollar una conciencia crítica orientada a la emancipación y la autonomía de la persona y la comunidad, con el propósito del mejoramiento de la experiencia individual y social. Siendo dialógico es cooperativo antes que competitivo, suponiendo además de saber hacer y saber decir, un saber vivir juntos. Corresponde a una concepción socio-constructivista, se aproxima al interés emancipatorio del saber” (Hawes, 2003).

Tomando en consideración este concepto, se razona que mediante el análisis de los datos recopilados en este documento investigativo, se obtendrá el impacto económico de los turistas en los emprendimientos de la ruta “Tren del Hielo 2” y a través de los resultados obtenidos en este trabajo investigativo se podrá establecer una propuesta que pueda solventar el problema detectado.

Al implementar el proyecto turístico Tren Ecuador su misión es vincular a las comunidades, que al brindar un servicio de calidad percibieran un ingreso económico y con la presente investigación buscamos el impacto generado en su economía.

2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La constitución de la República del Ecuador , Resolución 2 Registro Oficial Suplemento 78 de 11-sep.-2013 Ultima modificación: 13-jul.-2015 Estado: Considerando: Que, el numeral 5 del artículo 3 de la Constitución de la República consagra como deber primordial del Estado, planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y redistribuir equitativamente la riqueza; promueve el cambio de la matriz productiva y visibiliza a los sectores micro empresariales, adicionalmente el Plan Nacional de Buen Vivir promueve el desarrollo del emprendimiento de la pequeñas y medianas empresas; por lo tanto esta tesis se sujeta a parámetros legales establecido en la constitución y en diferentes leyes, normativas, códigos, decretos, ordenanzas y otros instrumentos legales pertinentes y concomitantes con el desarrollo de la productividad y el emprendimiento de manear particular en este caso en el sector turístico impulsado por Ferrocarriles del Ecuador

Otra parte de la ley (Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador, 2008) en el Título I en los Elementos constitutivos del Estado; y en el Capítulo séptimo indica acerca de los Derechos de la naturaleza y en su artículo 72 se menciona sobre la naturaleza y su derecho a la restauración. Esta restauración será independiente de la obligación que tienen el Estado y las personas o jurídicas de indemnizar a los individuos y colectivos que dependan de los sistemas naturales afectados.

Además en el artículo 404 se hace una mención sobre el patrimonio natural del Ecuador único e invaluable que comprende, entre otras, las formaciones físicas, biológicas y geológicas cuyo valor desde el punto de vista ambiental, científico, cultural o paisajístico exige su protección, conservación, recuperación y promoción. Su gestión se sujetará a los principios y garantías consagrados en la Constitución y se llevará a cabo de acuerdo al ordenamiento territorial y una zonificación ecológica, de acuerdo con la ley.

Posteriormente se analiza la Ley de Turismo (1997) Capítulo I el cual indica en su artículo 2 que el turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el

desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Otro punto importante viene inscrito en el Capítulo VII sobre los incentivos y beneficios en general, que vincula al Municipio de Cevallos en este proyecto y en el artículo 33 indica que los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones.

2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

Ordenación de variables

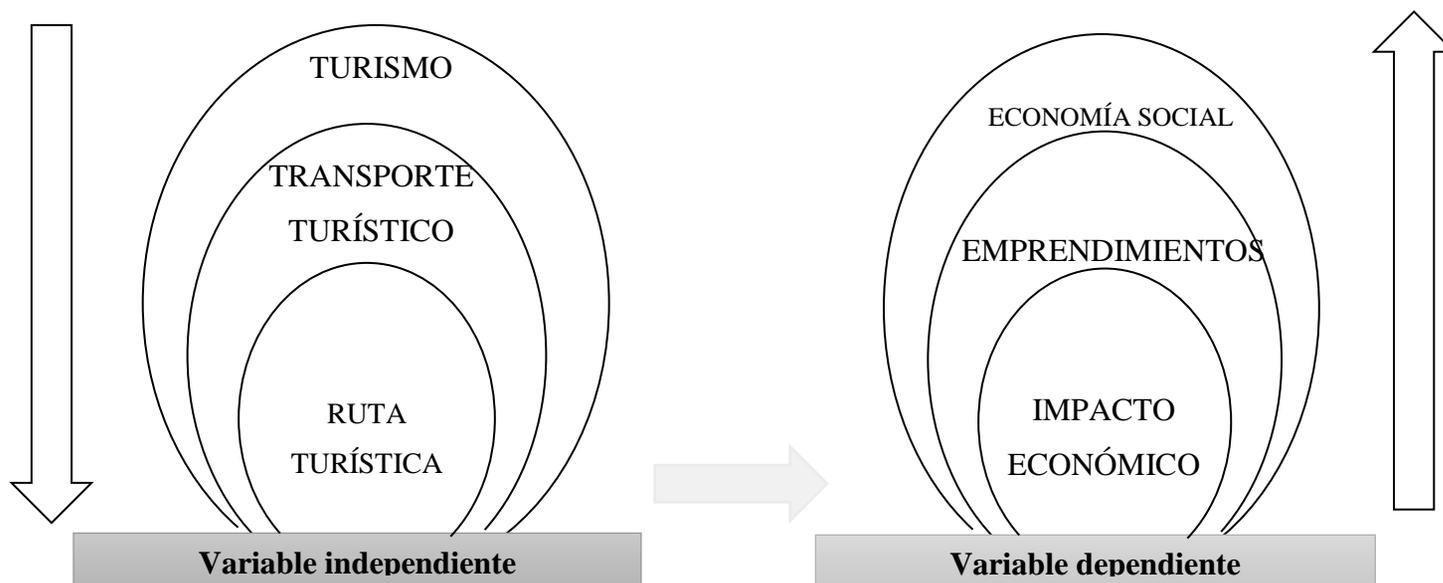


Figura 2. Supra ordenación de variables

Elaborado por: Sandoval, J. (2017)

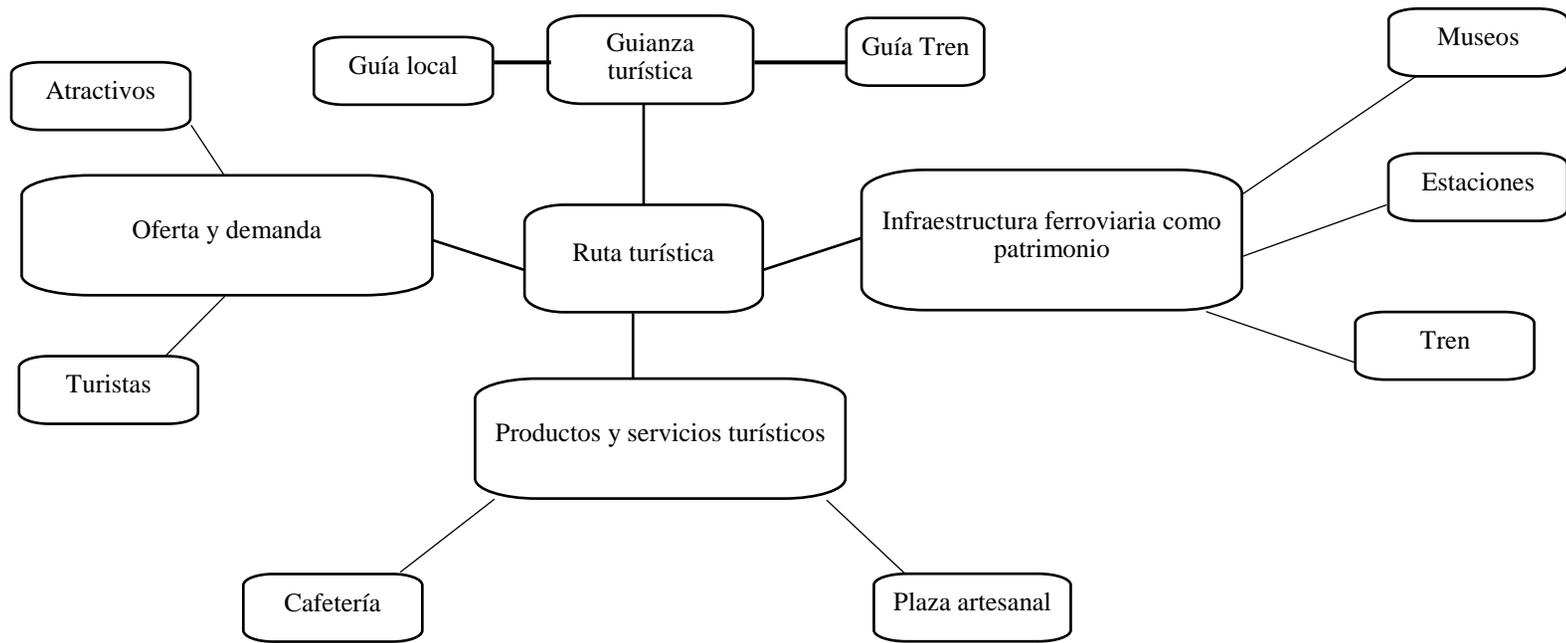


Figura 3. Sub ordenación de variable independiente

Elaborado por: Sandoval, J. (2017)

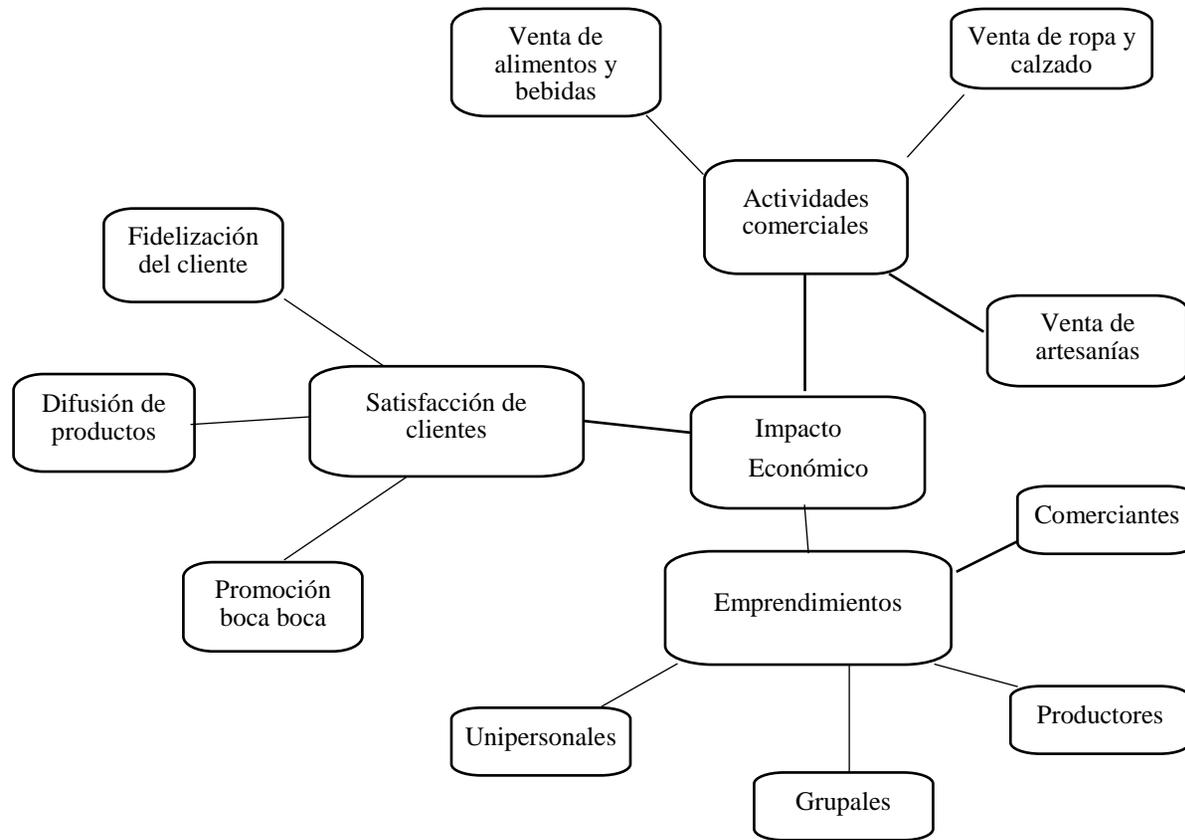


Figura 4. Sub ordenación de variable dependiente

Elaborado por: Sandoval, J. (2017)

2.4.1. Desarrollo teórico variable independiente

Turismo

“Turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos [...] no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado” (Organización Mundial de Turismo, 2017).

Esta definición concuerda y abarca totalmente las directrices de este tema.

El turismo se considera un desplazamiento geográfico, se estima entonces que existe la movilidad del hombre sobre la función de trasladarse para recorrer territorios, aquí es donde se inicia todos los enfoques (Cardoso, 2014). Luego de su interacción con otras personas o pueblos, surge en el entorno económico, cultural y ambiental íntimamente ligado al progreso de las naciones (Guerrero & Gonzales, 2014).

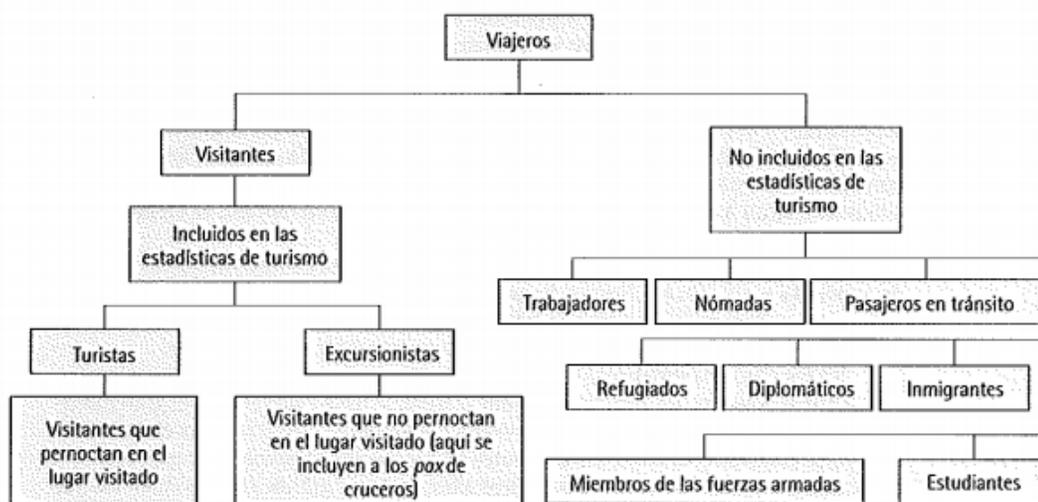
Varios autores concuerdan que el turismo es una de las modalidades con más rápido crecimiento en la economía de los países latinos (Hawkins & Lamoreaux, 2001; Navarro & Vejsberg, 2009). Pues la economía se diversifica con el turismo y con ello cada país es un buen candidato para receptor viajeros “turistas” en busca de algo nuevo como experiencia o alguna oportunidad de negocios a futuro (Sancho; et al, 2010).

La clasificación de esta rama estipulada por Galicia (2016), distingue tres tipos de turismo:

- Turismo interno: el de los residentes del país o región dado que viajan únicamente dentro de ese mismo país o región.

- Turismo receptor: el de los no residentes que viajan dentro del país o región.
 - Turismo emisor: el de los residentes del país o región que viajan a otro país o región.
- Panosso y Lohmann (2012), establecen la definición de los tipos de viajeros en donde hacen una diferencia de los visitantes (ver figura 5).

Figura 5
Definición de los tipos de viajeros



Fuente: Panosso Alexander (2012)

Como se observa en la figura anterior, hay una clara diferencia entre quienes viajan por distintas razones, a quienes lo hacen por turismo:

- Turistas (visitantes que pernoctan) son quienes permanecen una noche por lo menos, en un medio de alojamiento colectivo o privado del país.
- Excursionistas (visitantes de un día) ellos no pernoctan en ningún medio, su visita es corta y son incluidos los pasajeros o propietarios de yates, viajeros de cruceros, pasajeros de un programa en grupo o quienes están hospedados en tren.

Esta clasificación ayuda a identificar el comportamiento del visitante en materia de consumo y gasto, relacionándolo con las actividades que según su deseo realiza,

teniendo en cuenta el motivo, la permanencia y el tipo de viaje hecho (Guerrero & Gonzales, 2014).

El sistema turístico es un conjunto de elementos ínter relacionados entre sí que evolucionan dinámicamente. Para estudiar el sistema turístico deben considerarse tanto las motivaciones iniciales, como la organización de la actividad, de naturaleza principalmente económica. La inserción del capital privado, la comunidad local como instrumento y fin del desarrollo y los recursos naturales en conjunción en el territorio se combinan formando la materia prima de la actividad turística (Garin, 2013).

Al conformar este sistema viene la formación de la demanda turística que tiene sus raíces en la necesidad primaria del hombre de disponer de ocio, una vez que coincide la necesidad de viajar con la oportunidad de disponer de tiempo y recursos monetarios suficientes, se puede tomar la decisión de realizar el viaje (Martinez & Josep, 2009). El tipo de viaje que se decida realizar determinará a qué segmento turístico se va a acceder (Nicolau, 2013). Se entiende por segmento turístico a la porción de la demanda, que es posible identificar y que responde a intereses similares y se refleja en el consumo de un producto definido (Navarro & Vejsberg, 2009).

Es la demanda la que determina, en última instancia, el nivel de la producción y el empleo en dicho sector (CEPAL; OMT, 2011), destacando entonces estos conceptos y generalizando que son movilizaciones temporales, donde se genera una actividad económica alrededor de este movimiento; para lo cual toda empresa relacionada al Turismo, emplea sus esfuerzos encaminándolos hacia este patrón, el consumo económico local (Audrestch, 2009).

Al contar con estos componentes obtenemos un producto que posibilita la actividad turística, pues los viajeros no se conforman con un destino específico; el conjunto de experiencias y el entorno adecuado son la estrategia integral que permite ofrecer un producto turístico de calidad (Pérez & Merino, 2013).

La actividad turística es el conjunto de los atractivos del lugar, constituyéndose la motivación básica del viaje. Se podría decir que no es posible un desarrollo turístico si el visitante no puede realizar actividades, aunque en muchos casos se trate solo de contemplar paisajes (Aguilar, Rivas, & Gonzáles, 2008).

Por otro lado, el aporte de la actividad turística a la economía del país se refleja en los ingresos por exportaciones, que según la Balanza de Pagos del Ecuador (ver figura 6), en el 2010 ocupó el tercer puesto, después del Petróleo crudo y Banano. Para el primer trimestre 2011, el turismo ocupó el 5to lugar, después de la exportación de Petróleo crudo, Banano, Camarón y Derivados de Petróleo según la información arrojada por el Banco Central del Ecuador (INEC, 2012).

Figura 6
Ingresos por exportaciones del Ecuador

| AÑOS/TRIM | 2010 | UBICACIÓN | 2011 | UBICACION |
|--|---------|-----------|---------|-----------|
| *TURISMO | 189,1 | 3 | 214,5 | 5 |
| PETRÓLEO CRUDO | 2111,0 | 1 | 2672,3 | 1 |
| CRUDO | | | | |
| BANANO Y PLÁTANO | 594,9 | 2 | 616,3 | 2 |
| CAMARÓN | 159,5 | 5 | 264,0 | 3 |
| DERIVADOS DE PETRÓLEO | 130,6 | 7 | 253,1 | 4 |
| OTROS ELAB. PROD. MAR | 157,0 | 6 | 177,1 | 7 |
| MANUFACT. DE METALES | 128,5 | 8 | 129,8 | 8 |
| FLORES NATURALES | 182,1 | 4 | 201,1 | 6 |
| TOTAL EXPORTACIONES | 4135,36 | | 5159,89 | |
| (Productos Primarios e Industrializados) | | | | |

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE
Elaboración: Dirección de Estadísticas Económicas, INEC.

La tabla a continuación (ver tabla 4) presenta información con datos publicados en las cifras oficiales de cuentas satelitales del Ministerio de Turismo que están enlazadas al INEC, estas investigaciones entregan resultados estadísticos de los estudios realizados al Turismo en el país, pero al investigar datos actualizados, no presenta ningún dato

posterior al Censo de Población y Vivienda 2010, o en el mejor de los casos del 2013, pues no existe registros de investigaciones referentes a temas turísticos a nivel nacional.

Tabla 4
Ingresos económicos hacia Ecuador por año

| AÑOS | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|---|-------|-------|--------|---------|
| Ingresos de divisas en Millones de dólares | 786.6 | 849.7 | 1038.8 | 1.251.2 |

Fuente: Ministerio de Turismo Abril (2015)
Elaborado por: Sandoval, J. (2017)

Ecuador es un país que ha tenido un despunte considerable en el incremento de destinos turísticos intensificando la competencia por los visitantes, volviéndose agresivo al estar a la par con otros destinos de América Latina (Cardoso, 2014).

El turismo es una actividad tan antigua como la humanidad, pues desde hace muchos años nuestros antepasados realizaron viajes (caminando), en la época moderna, sin embargo, el surgimiento de transportes como automóviles, ferrocarril y avión generan un cambio radical en esta actividad.

Transporte Turístico

Para que se dé el Turismo debe haber movilidad, el transporte es el principal aspecto, pues sin los medios de transporte y las infraestructuras que le sirven de soporte (carreteras, vías férreas, aeropuertos, puertos, etc.), el turismo no podría materializarse y menos aún alcanzar los enormes flujos que se registran hoy (Acerenza, 1979).

La valoración que tiene el poder movilizarse de un lugar a otro de una manera tan fácil hoy es vital, así reza el pensamiento de Fernando Bayón (1999):

“... la movilidad que implica el desplazamiento en el espacio aéreo disminuye el valor de las distancias y, con ello, la extensión territorial es vista desde otra

perspectiva y con otra escala de estimación y medida: lo que parecía distante o grande pierde magnitud y con ello el horizonte de la convivencia se desplaza”.

En los últimos años ha existido una mejora considerable de la accesibilidad a los medios e infraestructuras de transporte, ya que la población puede moverse cada vez más, sentando las bases del turismo de masas en el transporte como la máquina de vapor (tren) barcos intercontinentales (cruceros), renta de vehículos, entre otros (Bayón, 1999).

El impacto producido por las mejoras en los medios de transporte fue indudable. El incremento experimentado en el movimiento de pasajeros como consecuencia de la introducción de los barcos de vapor y de los ferrocarriles, dio muestras indiscutibles de su capacidad de transportación (Del Pino Martinez, 2013).

El ferrocarril tuvo sus inicios en Alemania siglo XIX con vías de madera y no fue sino hasta 1800 que aparece en Estados Unidos las primeras vías de acero, se implantó el primer vagón de tren llamado Invicta, que transportaba 70 pasajeros y 26 toneladas de peso (260 quintales) pero su peso hacía que las rieles quedaran aplastadas; para 1829 Horacio Alger en Estados Unidos reconstruyó la máquina europea estableció el primer ferrocarril con una mejor distribución del peso y la movilidad convirtiendo este sistema en el más dominante de Europa, Asia y América (Quiroz, 2006).

Mas en 1858 George Mortier Pullman diseñó un vagón con asientos de madera, reclinables, cortinas, gabinetes de aseo; este tren se denominó Pullman Palace Car aumentándose posteriormente secciones para comer y dormir, este sistema fue adoptado en Europa continental y pocos años después implementado por Inglaterra, con la inauguración en 1880 del primer servicio pullman en la ruta Londres-Brighton formando así el sistema de viajes en tren modelo para el mundo (Morley, 1903).

Pero, el hecho más significativo para el inicio del Turismo lo hizo Thomas Cook en 1841 que concibió, y llevó a cabo, la idea de arrendar un tren para transportar 570 personas, en un viaje entre las ciudades de Leicester y Loughborough; efectuó todos los arreglos del viaje, es así como en 1845 inicia su actividad de tiempo completo como organizador de excursiones (Acerenza, 1979).

La relevancia de las innovaciones introducidas por Cook quedó de manifiesto muchos años más tarde, cuando Edward Gladstone expresó:

“Entre las humanitarias invenciones de la época, creo que el sistema fundado por el señor Cook, que ahora tiene gran difusión, bajo el cual cantidades de personas, sin duda de todos los niveles, encuentran por primera vez un fácil acceso a países extranjeros y adquieren cierta familiaridad con ellos, y que desarrolla no el desprecio, sino la amabilidad” (Morley, 1903 pag. 59).

La ley ferroviaria de Gladstone de 1844, que marca un hito en la legislación del transporte en Inglaterra, obligó a las compañías de ferrocarriles, que hasta entonces se centraban más en el transporte de bienes y de pasajeros de altos ingresos, a considerar a las "clases trabajadoras", dando así un gran impulso a los viajes para todas las personas de Europa; a mediados del siglo XIX, Suiza se había convertido ya en el primer centro vacacional de Europa, año tras año convergían ingleses, franceses, alemanes e italianos, gracias a esas medidas políticas (Tartarini, 2005).

Sin embargo, el turismo comienza a desarrollarse en la segunda mitad del siglo XIX en este periodo se dieron avances en transporte, como consecuencia de las mejoras en los servicios de ferrocarriles y el desarrollo de las comunicaciones marítimas; para entonces los efectos benéficos de la actividad turística, en especial de índole económica para las comunidades receptoras es evidente (Laclear, 2007).

Además hubo mejoras en los servicios de alojamiento y profesionalismo en las comunicaciones marítimas, lo cual contribuyó a incrementar aún más el movimiento turístico, en 1867 se realiza el primer crucero oceánico concebido especialmente para turistas (Acerenza, 1979). La mejora de tecnologías dio como resultado la creación del automóvil en Alemania pero perfeccionado en América del Norte con Henry Ford que en 1892 ensambló un vehículo más elaborado que funcionaba con gasolina llamándolo “cuadriciclo” y en 1903 organiza la Ford Motor Company que para 1927 ya había distribuido 15 millones de automóviles en todo Estados Unidos (Albuja, 2016).

Por su parte el transporte aéreo “verdadero baluarte del turismo de masas”, no llegaría hasta la generalización del motor a reacción en los años sesenta, mientras tanto, el transporte marítimo cede terreno ante el avión en esta época, por lo menos hasta el renacimiento de los cruceros desde mitad de los años ochenta; de igual modo, la fórmula del bajo coste en el transporte aéreo, ha estimulado aún más el turismo, especialmente en la última década. (Gertler, Martínez, Premad, Rawlings, & Vermeersch, 2011).

Con todos estos medios de transporte se creó el acceso perfecto que las personas necesitaban para tener movilidad y producir el crecimiento del turismo; la extensión del transporte coincide con una serie de mejoras significativas en diversos ámbitos (Gutiérrez, 2004); en especial habría que aludir a los avances técnicos, tanto en la fase de la fabricación, comercialización de vehículos, mejora de las vías de transporte, unido a un incremento de vehículos privado (Guerrero & Gonzales, 2014).

En nuestro país el ferrocarril, jugó un papel estimable para el transporte de turistas desde comienzos del siglo XX hasta al menos la década de los 50 en que cede su protagonismo ante el automóvil privado. En efecto, fue una etapa en la que “todavía circulaban locomotoras de vapor que no aseguraban ni velocidad ni la puntualidad en el transporte; y si en 1950 el porcentaje de viajeros/km. transportados por ferrocarril era de un 60 por 100 del total nacional, a partir de la década de los sesenta comenzó a

descender vertiginosamente hasta llegar a un 9 por 100 a finales de los sesenta llegando a su total extinción y abandono (Tartarini, 2005).

En este contexto de pérdida de movimientos turísticos en los años sesenta, es fácil deducir la escasa participación que para la potenciación del turismo en Ecuador tuvo el tren, hasta que en 2008 se forma una coyuntura turística, que daría vida a la empresa que hoy constituye un proyecto turístico férreo conocido como Tren Ecuador (FEEP y MINTUR, 2014).

La empresa concibió la idea de revitalizar sus instalaciones y operación en el ámbito turístico, desarrollando una concepción acerca de rutas turísticas con atractivos que conecten a cada estación en todo su sistema ferroviario.

Ruta turística

Se deriva del latín *rupta* y luego del francés *route*. Es el recorrido, dirección, camino o itinerario que se sigue para un propósito, donde se enlazan atractivos y servicios turísticos y complementarios que forman un circuito (Bayón, 1999). La ruta incentiva la cooperación entre diferentes áreas y sirven de vehículo para estimular el desarrollo económico a través del Turismo (Galicia, 2016).

Varios autores concluyen que una ruta turística es un recorrido con un itinerario establecido, que se realiza visitando y conociendo atractivos turísticos culturales o naturales, ubicados en zonas de desarrollo turístico, dotados con todas las facilidades y comodidades para el turismo. Las rutas turísticas, se componen de un conjunto de puntos organizados como una red, en una región determinada y, que estando debidamente señalizados suscitan un reconocimiento de interés (Timón, 2005).

Debe ofrecer elementos distintivos, con una imagen integral a partir de complementar sitios, servicios y un lenguaje común, pues suelen tener un significado histórico y estar

vinculadas a factores religiosos o comerciales que le otorga su nombre, como la Ruta de los Volcanes, Ruta del Sol, Ruta del cacao, Ruta del Hielero, Ruta de los lagos, y su trazado puede ser único o plural (MINTUR, 2015). También se plantean rutas basadas en expediciones, conquistas o simplemente caminos que hicieron determinados personajes que han pasado, por causas diversas, a la historia, como la ruta del libertador Bolívar o el camino del Inca (Aguilar, Rivas, & Gonzáles, 2008).

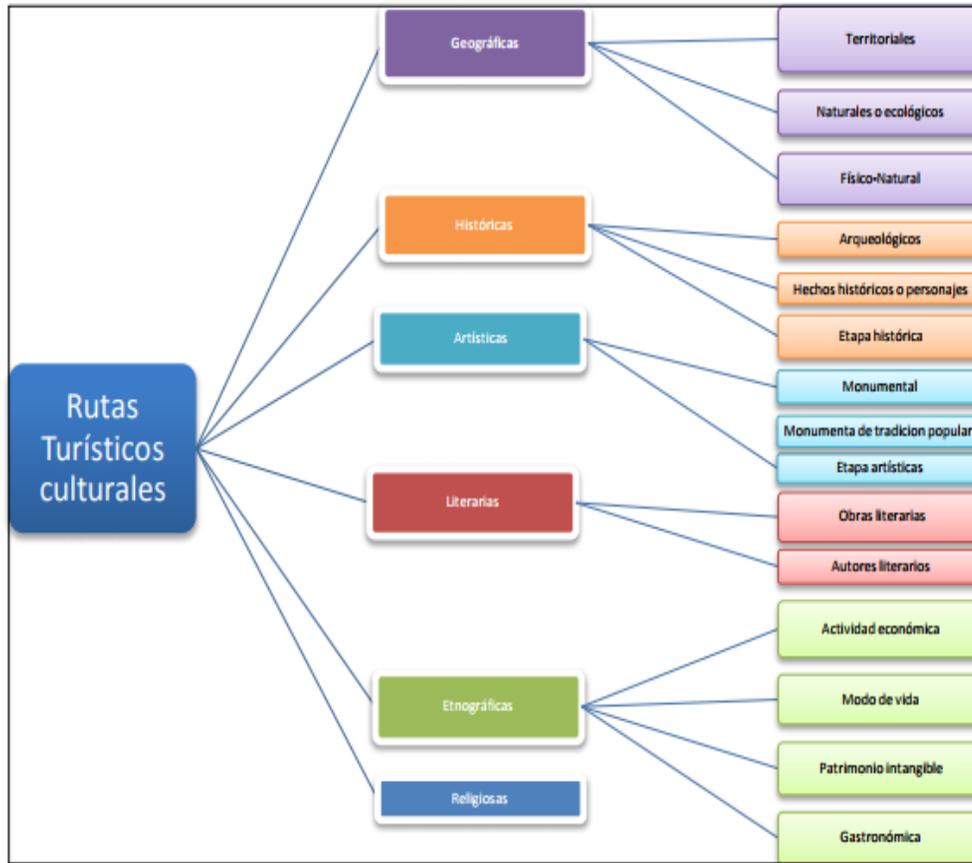
Una ruta debe tener atractivos repartidos en manera estratégica con un itinerario que se sigue para llegar a ellos, con la dirección de los lugares, accidentes, paradas, distancias, etc., que existen a lo largo de él. También se debe incluir la lista de datos referentes a un viaje (Torres, 2006).

Entre los elementos que caracterizan a una ruta pueden mencionarse los siguientes:

- Una producción, actividad o tema particular que las distingue de otras.
- Un itinerario desarrollado sobre la base de la red vial u otro tipo de comunicación.
- Una organización local que brinde información sobre la ruta, en la cual participaran personas relacionadas directamente a la actividad.
- Asociado a un sistema de promoción.
- Un sistema de señalización de la ruta.
- Un mapa conteniendo información explícita sobre la misma.

Las rutas turísticas tiene algunas categorías que distinguen la actividad a la que dirigen su operación, y van formándose en base a los atractivos semejantes o afines entres si (ver figura 7).

Figura 7
Clasificación de las rutas turístico-culturales.



Fuente: Definiciones y conceptos. Mamani (2009)

En base a esta información se observa que sobresale por tener lugares que se consideran por algún motivo valiosos; esperando que los viajeros la recorran para conocer sitios de importancia natural, religiosa, cultural, etc. Sobresalen por sus características que permiten el acceso a un patrimonio cultural o histórico de importancia local (Mamani, 2009).

Otra definición más sencilla según la Universidad Tecnica Particular de Loja (2013), es el camino que se decide tomar para realizar una actividad turística que tiene un objetivo:

- -Permite admirar paisajes
- -Rememorar sitios históricos
- -Disfrutar de zonas de playas o montañas, de actividades deportivas o de aventura
- -Siguiendo un itinerario predeterminado
- -Conectando zonas con diversos atractivos

Una vez conformada la ruta, el itinerario vamos a encontrar un guía turístico, cuya función es orientar a los viajeros en un entorno turístico, mostrándole aquellos lugares destacados y representativos de la ruta, acompañara a los turistas y asistirá en preguntas relevantes estando capacitado podrá solventar las inquietudes y brindara asistencia general personalizada, es el responsable directo del bienestar del grupo pues es el representante de la institución frente al grupo de turistas. Es quien coordina logísticamente se cumpla el itinerario demostrado en la ruta (UNION EUROPEA, 2011).

Con esto formamos un paquete turístico que se venden al viajero por medio de las agencias de viaje o de las líneas áreas. Comprende, por lo general, servicios de transporte, alojamiento, alimentación, recreación y excursiones, los cuales se comercializan como un solo producto o marca y se vende con un precio unitario (dentro del paquete) en un tiempo determinado (Guerrero & Gonzales, 2014).

Esta apuesta por la innovación y la diferenciación sólo puede conseguirse partiendo de un conocimiento preciso del ámbito en el que se van a insertar esos productos, con el fin de concluir en un conjunto de ideas clave que permitan estructurar el proceso de creación de producto desde un punto de vista estratégico para su comercialización (Timón, 2005).

La finalidad de toda ruta turística es el incremento, de la actividad turística en el área geográfica donde se desarrolla y la generación de riqueza a través de esta actividad que a futuro mejora la infraestructura de la zona geográfica, por ejemplo a través de la

creación de carreteras (Garin, 2013). Además permiten la reactivación, revalorización del patrimonio en desuso, evitando su abandono y destrucción, adecuar las instalaciones inactivas con una nueva funcionalidad didáctica y cultural en el marco de un proyecto turístico (Martinez & Josep, 2009). Es lo que ocurre con el proyecto turístico Tren Ecuador a lo largo de su Rehabilitación.

Además permite sensibilizar y concientizar a los visitantes, acerca de diversos temas y problemáticas culturales, ambientales, históricas, fomentar el diálogo entre visitantes y anfitriones, promueven nuevos tipos de cooperaciones, permiten conocer mejor los patrimonios de los territorios y contribuyen al desarrollo humano y económico (MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO, 2012).

El producto turístico abarca los bienes físicos y los servicios que caracterizan a un destino específico y que conforman experiencias de un turista al viajar; este puede estar conformado por componentes tangibles (museo, playa, montaña) pero también intangibles como calidad en el servicio, calidez de la gente del lugar (Aguirre, 2007).

El desarrollo de nuevos destinos turísticos y su inserción en un mercado en cierta medida saturado, con multitud de ofertas en las que siguen representando un papel esencial las economías de escala, implica necesariamente apostar por productos turísticos imaginativos, con capacidad de diferenciación y con posibilidades de hacerse un hueco perdurable en el imaginario de los consumidores (Rodriguez & Malaver, 2009).

De acuerdo con Kotler & Armstrong (2013), el producto turístico es:

“ Todo aquello que puede ser ofrecido en un mercado para su compra, utilización y consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo, no se limita a productos tangibles, sino que incluye también productos intangibles tales como servicios, destinos, actividades experiencias, ideas, etc.”

Debe brindar una experiencia merecedora de recordarla, en la actualidad los consumidores se encuentran más informados y son más exigentes, buscan productos innovadores que satisfagan sus necesidades por lo tanto hay que ofrecer y motivar la visita del turista (Blancas, Gonzáles, & Lozano, 2010).

Es necesario agregar valor en el mercado, capaz de generar interés en un segmento de la demanda que provoque desplazamientos para el consumo. Un destino turístico es hacia donde tiene que desplazarse la demanda para consumir el producto (OMT, 2009).

Al producirse el Turismo se genera la satisfacción del cliente, que se refiere al nivel de conformidad de la persona cuando realiza una compra o utiliza un servicio, la lógica indica que a mayor satisfacción, mayor posibilidad de que el cliente vuelva a comprar o a contratar servicios en el mismo establecimiento tendiendo así la fidelización del cliente (Albuja, 2016).

Otra definición destacada pertenece al comentario de Acerenza (1979), que reza:

“La combinación de tres elementos básicos: los atractivos (naturales, culturales y eventos), las facilidades (alojamiento, alimentación, recreación y otros servicios) y accesibilidad (infraestructura de transporte)”.

El tema de las necesidades de los turistas lo integra en donde señala que: “se define como el conjunto de atributos físicos que el consumidor considera que tiene un determinado bien o servicio para satisfacer sus deseos o necesidades” (Panosso & Lohmann, 2012).

Sin embargo, esta definición integra más elementos que son relevantes para el producto turístico (Valls, 1995) dice:

“Es la suma de componentes tangibles e intangibles, que incluye los bienes, recursos, infraestructuras, equipamientos, servicios, ingeniería de gestión, imagen de marca y precio que el turista percibe”.

En este planteamiento de la empresa Tren Ecuador, tiene un esquema de bienes muebles e instalaciones que son necesarias que conforman el ensamble de la cultura ferroviaria, en este ámbito es el conjunto formado por la vía, el balasto, las traviesas, los tirafondos, los desvíos, las cambios de agujas, las estaciones que son necesarias para el funcionamiento eficaz y seguro del tren. (FEEP y MINTUR, 2014).

La Infraestructura Turística tiene bienes con lo que cuenta un territorio para sostener su estructura social y productivas como tal condiciona el desarrollo del turismo, también la infraestructura en general es la base para que un destino se encuentre en óptimas condiciones para el desarrollo de la población (Acerenza, 1979).

El conjunto de obras y servicios que conforman la infraestructura permiten, en general, el desarrollo socio económico de un país y que el turismo utiliza para impulsar su actividad, son medios físicos y económicos que constituyen la base de sustentación para el desarrollo de cualquier sector y por ende del turismo, comprende: aeropuertos, puertos, sistema vial (autopistas, carreteras, y caminos.), acueductos, electricidad, telecomunicaciones, instalaciones, hospitalarias, transporte (aéreo, terrestre, marítimo, fluvial, ferroviario) y aseo urbano (Aguilar, Rivas, & Gonzáles, 2008), tanto para personas locales como para visitantes o turistas, como ejemplo tenemos las vías de acceso, medios de transporte, hospitales, et. (Laclear, 2007).

Ahora Ecuador ha reconocido la parte cultural, patrimonial, social y ambiental como un factor clave para el desarrollo sostenible además de lo económico para el combate de la pobreza. En una campaña de defensa patrimonial, se determina construir el producto – idea, que puede ser intangible como el patrimonio inmaterial o sustentado en un elemento tangible como el patrimonio histórico natural o de bienes inmuebles o

muebles, considerados como monumentos a ser defendidos y preservados (MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO, 2012) .

El Patrimonio es la síntesis simbólica de los valores identitarios de una sociedad que los reconoce como propios. Ello implica un proceso de reconocimiento, generalmente intergeneracional, de unos elementos (desde el territorio a la ruina) como parte del bagaje cultural y su vinculación a un sentimiento de grupo. (Iniesta, 1991).

Desde este contexto se podría ver al patrimonio cultural como un lugar de encuentro donde las edificaciones, monumentos, obras de arte y valores inmateriales le han dado y le dan sentido a los ciudadanos a su memoria, lugares y actos donde interactúan modos de vida, creencias, lenguajes prácticas de comunicación para construir la identidad cultural de cada grupo (Garcia, 2009).

El Proyecto Tren Ecuador es considerado un bien patrimonial cuya infraestructura está encaminada al disfrute de los turistas en el ámbito histórico natural y cultural dirigido a rescatar la memoria de un país (Carrera, 2014)

Al tener ya listo el producto hay que ofertar, la oferta es una propuesta que se realiza con la promesa de dar algo, anunciar algo atractivo esperando una respuesta de aceptación o compra y al demanda es la solicitud ante una realidad, es una petición a la espera de una entrega (Aguirre, 2007).

La Organización Mundial de Turismo afirma que los productos turísticos y servicios puestos están (oferta turística) a disposición del usuario en un destino determinado, para su disfrute y consumo” (OMT, 2008).

2.4.2 Desarrollo teórico variable dependiente

Para iniciar con el tema económico, debemos entender el concepto de economía y Uno de los análisis más destacados en el ámbito económico bien un inglés que detalla en su estudio el surgimiento de la economía en Europa y el surgimiento de la prosperidad en países que ganaron riquezas en América Latina, es Adam Smith quien en su libro “La riqueza de las naciones” toca temas de economía, mercado, salarios, beneficios e impactos económicos, cuyos relatos se vuelven clásicos e imperdibles en este ámbito, Según (Smith, 1776);

“Dos son los objetos que la economía política se propone: el uno proporcionar al pueblo una subsistencia abundante; y el otro dar al estado ó al Soberano renta suficiente para atender al servicio público.”

Pero el problema económico que aqueja a nuestra sociedad, muchas veces viene del desempleo, inflación, precios del petróleo, déficit federal, entre otros, a partir de estas formulaciones se establecen principios orientados y modelos organizativos que expresan el "deber ser" de las propuestas económicas, y se derivan normativas de carácter jurídico y estatutario, que indican cómo deben organizarse y funcionar las organizaciones que participan de las respectivas identidades (Audrestch, 2009), pues:

- a) Proporcionar adecuada guía y criterios de eficiencia económica en los procesos decisionales y de gestión de las operaciones que realizan;

- b) Garantizar una identidad consistente a las experiencias y búsquedas, que a menudo pierden el perfil inicialmente deseado y se van asemejando y subordinando a las formas capitalistas y estatales de hacer economía, respecto a las cuales aspiran a diferenciarse y constituir alternativas válidas y viables;

c) Generar la confianza y convicción suficiente respecto a su eficacia económica, como para atraer hacia ellas los recursos humanos, financieros y materiales indispensables para su desarrollo;

d) Asegurarles la autonomía cultural que necesita cualquier movimiento y proceso que aspire a realizar cambios profundos en la economía y en la vida social.

Como explicación de todas estas limitaciones, puede mencionarse el hecho que las cooperativas, autogestionarias, mutualistas y otras afines, careciendo de un instrumental conceptual y analítico propio que las oriente en sus procesos decisionales, a menudo recurren a aquellas herramientas de análisis proporcionados por una ciencia económica convencional, que ha sido formulada a partir de experiencias y racionalidades operacionales muy distintas y en cierto sentido opuestas a las solidarias (Cadena,2012).

Aquellos aspectos que implican limitaciones y deficiencias esenciales que se manifiestan a menudo en estas búsquedas y experiencias económicas alternativas, no pueden superarse sino mediante la disposición de una teoría científica, elaborada al nivel de la disciplina económica, que fortaleciendo la identidad económica alternativa, exprese de modo coherente su racionalidad económica especial y le proporcione criterios rigurosos que guíen su proceso de toma de decisiones y su gestión y operación en los mercados en que participan (Manrique, 2014).

La concepción de la economía de solidaridad es una elaboración científica de teoría económica que viene a llenar este vacío (Torres, 2011). Ella se establece al nivel epistemológico de la ciencia económica, y utiliza las herramientas conceptuales y metodológicas propias de ésta, convenientemente ampliadas y reelaboradas para expresar la identidad de formas económicas muy diferentes: la racionalidad especial de las economías alternativas fundadas en la cooperación, la autogestión, el mutualismo y la ayuda mutua (Razeto,2002).

La economía de solidaridad constituye, en tal sentido, una contribución relevante al fortalecimiento y desarrollo de las búsquedas de economías alternativas eficientes (Devlin & Moguillansky, 2009).

La concepción teórica de la economía de solidaridad ofrece, adicionalmente, otras contribuciones (Ministerio de Economía, 2009)

a) Proporciona un lenguaje moderno, renovado, motivador y cautivante, en un contexto cultural como el de hoy, en que las concepciones tradicionales del cooperativismo, el mutualismo y la autogestión parecen haber perdido capacidad de convocatoria.

b) Ofrece una posibilidad de integración bajo una común identidad social, a búsquedas y experiencias que se han desarrollado bajo distintas denominaciones, siendo en realidad convergentes en sus propósitos y efectivamente provistas de una misma racionalidad económica especial, que requiere ser profundizada.

c) Permite reconocer como parte de la misma búsqueda de formas económicas alternativas, a numerosas experiencias nuevas y originales que adoptan diferentes estructuras organizativas, que se conocen con distintos nombres, y que son protagonistas de una dinámica reactivación de los procesos de experimentación de la solidaridad y la cooperación en la economía y en la vida social.

La economía solidaria como afirman teóricos y científicos de las ciencias sociales, es un modelo de desarrollo en beneficio de las comunidades, que tiene su fundamento en las relaciones de la base social, en las personas (Torres, 2011).

Reniega de la lógica económica tradicional cuyo fundamento es el patriarcalismo, la desigualdad, la verticalidad, la ganancia y el ánimo de lucro, y cuya inteligencia está ligada a la competencia (desleal o no, poco importa) (Cadena, 2012).

La economía solidaria o economía de solidaridad es una búsqueda teórica y práctica de formas alternativas de hacer economía, basadas en la solidaridad y el trabajo. El principio o fundamento de la economía de solidaridad es que la introducción de niveles crecientes y cualitativamente superiores de solidaridad en las actividades, organizaciones e instituciones económicas, tanto a nivel de las empresas como en los mercados y en las políticas públicas, incrementa la eficiencia micro y macroeconómica, junto con generar un conjunto de beneficios sociales y culturales que favorecen a toda la sociedad (Mc Eachern, 1997).

Ganar mucho, vender caro y comprar barato, persuadir, innovar, crear necesidades, producir medio ambientes psico-sociales aptos para la reproducción del capital a través de la mercancía son el corolario de un antiguo tipo de economía a la que los griegos dieron el nombre de crematística (el arte de adquirir riquezas) cuestión que ya fue criticada por Aristóteles para quien la acumulación de dinero por dinero era una actividad contra natura y deshumanizante. Sin embargo, en la actualidad no hay nada más normal (Coraggio, 2011).

Se podría decir que la economía solidaria es una economía que va a contracorriente, trastoca los valores dominantes sin dejar de ser práctica. Su éxito es un medio, no un fin. Su presupuesto no es la eficacia sino el servicio. Cabe citar textualmente a Paúl Singer, gran personaje en el ámbito económico, que desde 1975 mantiene esta idea que ha sido expuesta con nuevas versiones (Singer, 1975) esta específica data del 2009:

“[...] la economía solidaria es una forma de organización económica que lleva la democracia hasta sus últimas consecuencias, conlleva una gran carga organizacional y enseña que colectivamente es no solo la forma más digna de salir de las crisis, sino de construir un mundo mejor, por eso su permanente necesidad de robustecer la asociación”

Las organizaciones dedicadas a la economía popular y solidaria, y sobre todo las cooperativas, tienen como prioridad la motivación y educación de las personas en este sentido, pues son las propias personas las que constituyen la organización. De ahí que las cooperativas trabajen con socios y no con clientes (Torres, 2011).

La educación y el conocimiento posibilita la participación de todos, y la participación a su vez genera confianza y claridad, aleja la desconfianza y la inseguridad. Son estos modelos de participación horizontales una exigencia que las personas hacen a estas organizaciones, y que incluso podrían constituirse en modelos para un desarrollo local equilibrado, participativo y democrático (Morenus, 2001).

Siendo la economía de solidaridad una forma justa y humana de organización económica, su desarrollo puede contribuir eficazmente en la superación de graves problemas que impactan negativamente a nuestras sociedades (Razeto, 1993)

En definitiva la economía solidaria es una economía política que no está ligada a los intereses de una clase, sino de un mundo mejor, armónico y de relaciones equilibradas.

La economía solidaria es una respuesta real y actual a los más graves problemas sociales de nuestra época en América Latina, pues la fragilidad de su economía tiene pocos cimientos que proporcionen fortaleza en el desarrollo del poder (Manrique, 2014); para este autor y maestro de Economía de la Universidad del estado Winona (2014) menciona a:

-La pobreza, la exclusión y la marginación que afectan a multitudes de seres humanos, sectores sociales y pueblos enteros en diversas regiones del mundo.

-La desocupación y la cesantía de porcentajes elevados y crecientes de la fuerza de trabajo.

- Los límites e insuficiencias de la muy extendida economía informal o popular, que puede potenciarse y encontrar en la economía solidaria cauces apropiados para una mejor inserción en los mercados.

-Las enormes y crecientes injusticias y desigualdades sociales que genera el sistema económico predominante, que se traducen en procesos de desintegración de la convivencia social, conflictos que se prolongan sin solución apropiada, ingobernabilidad y desafección ciudadana, acentuada delincuencia y corrupción, etc.

-La situación desmedrada en que en muchos países se encuentra la mujer en el ámbito del trabajo y de la economía, dificultada de acceder y de participar de manera protagónica en las actividades y organizaciones económicas, sociales y culturales. La economía solidaria ha demostrado ser una de las formas en que la mujer y la familia encuentran nuevas y amplias posibilidades de participación, desarrollo y potenciamiento de sus búsquedas basadas en la identidad de género.

-La crisis de las formas cooperativas, mutualistas y autogestionarias tradicionales, desde la cual se percibe la economía de solidaridad como un camino apropiado de renovación y refundación de las búsquedas de formas económicas asociativas y participativas que pongan al hombre y la comunidad por sobre las cosas y al trabajo por sobre el capital.

-El deterioro del medio ambiente y de los equilibrios ecológicos, derivados en gran parte de modos individualistas de producir, distribuir, consumir y acumular riqueza. La economía solidaria orienta hacia nuevas formas de producción y consumo, social y ambientalmente responsables.

Todos estos problemas desencadenan una gran debilidad al surgimiento de una economía sana y prospera (Manrique, 2014); Es allí donde la economía solidaria ha demostrado en muchos casos ser una alternativa capaz de conducir organizadamente a muchos trabajadores informales, a operar con mayor eficiencia, permitiendo la

reinserción social y el progreso de vastos sectores que despliegan de modo independiente, iniciativas que les generan ingresos y elevan su precario nivel y calidad de vida (Razeto, 2002).

La economía solidaria es un gran proyecto de desarrollo, transformación y perfeccionamiento de la economía, cuando con serias y profundas razones muchos hoy día cuestionan la conveniencia e incluso la posibilidad de continuación del crecimiento económico, en las formas actualmente vigentes, la economía de solidaridad postula un nuevo tipo de desarrollo, alternativo, integral, a escala humana, sustentable, con énfasis en lo local (Stiglitz & Walsh, 2008). Otro desarrollo supone otra economía, y esa otra economía para un nuevo tipo de desarrollo puede ser la economía solidaria, o al menos, constituir un componente que efectúa una contribución importante en esa dirección (Lopez, 2008).

El "sistema" capitalista parece haberse implantado como el modo único de organización económica eficiente, a pesar de sus enormes costos sociales y ambientales; además, los proyectos socialistas basados en el Estado y la planificación han fracasado en su intento de establecer una economía justa y humana, por el contrario los motivos que fundaron los grandes movimientos de cambio social con sentido de justicia y equidad siguen vigentes (Manrique, 2014).

Las organizaciones se encuentran desorientadas cuando se difunde la convicción de que "más de lo mismo" no conducirá hacia nuevos horizontes; en este difícil contexto, que no son pocos los que conciben como una verdadera crisis, la economía de solidaridad aparece como el único modo nuevo de pensar y de proyectar procesos transformadores eficaces y profundos (Stiglitz & Walsh, 2008), en condiciones de concitar la conciencia y la voluntad de los más vastos sectores que anhelan una vida mejor y una sociedad más humana.

Cuando se hace presente con urgencia la necesidad de un perfeccionamiento de la economía, tanto a nivel de las empresas, de la organización de los mercados, de las políticas públicas, de los procesos de globalización, etc., la economía de solidaridad se ofrece como una realidad y un proyecto capaz de contribuir al perfeccionamiento de la economía en el tiempo, con orientaciones, criterios, metodologías y modelos organizativos nuevos y eficientes (Cadena, 2012).

La economía solidaria converge la búsqueda de múltiples sectores y grupos, López Guillen, catedrático de Universidad Pompeu Fabra de Barcelona (2015) asegura que la economía solidaria asocia a:

Grupos populares o de base, que se organizan solidariamente para hacer frente a sus necesidades y problemas.

Personas de todos los grupos sociales que quieren desarrollar iniciativas empresariales de nuevo tipo, eficientes y que sean acordes con un sentido social y ético que se proponen establecer en sus actividades. Este criterio nos deja ver la relación que mantiene el proyecto turístico del tren con los emprendedores.

Movimientos cooperativos, mutualistas y autogestionarios, que encuentran en la economía solidaria una nueva perspectiva y nuevos conceptos que llegan a potenciar sus experiencias.

Organizaciones y movimientos ecologistas, que descubren que los problemas del medio ambiente son causados por formas económicas y de desarrollo insolidarias.

Pueblos originarios que luchan por recuperar su identidad, y que encuentran en la economía solidaria una forma económica moderna en que se aplican y viven valores y relaciones sociales acordes con sus culturas comunitarias tradicionales.

-Empresarios que quieren compaginar eficiencia y solidaridad, y que aspiran a establecer en sus empresas modalidades armónicas de convivencia humana.

-Organizaciones no-gubernamentales que se proponen objetivos de desarrollo humano y social, y que aspiran a contribuir con nuevas iniciativas y experiencias a procesos de desarrollo local, alternativo, sustentable.

-Instituciones públicas y poderes locales preocupadas de los problemas de la pobreza y la desocupación, y que ven en la economía solidaria una manera eficaz de abordarlos.

-Instituciones religiosas que conciben la economía solidaria como una forma de hacer economía coherente con sus orientaciones espirituales y éticas, y como formas eficaces de generar espacios de desarrollo humano y social.

-Intelectuales de variadas disciplinas que buscan nuevas respuestas a los grandes problemas sociales de nuestra época, nuevas maneras de pensar el cambio social y el desarrollo, nuevos paradigmas conceptuales y nuevas relaciones entre la teoría y la práctica social.

-Economistas que toman conciencia de las limitaciones e insuficiencias de los marcos teóricos de su disciplina convencional.

Son todas estas organizaciones que demuestran que al fijar la mirada en el bien común, obtendrán innegablemente un surgimiento colectivo y rentable (Lopez, 2008).

La propuesta de la economía solidaria es un nuevo enfoque conceptual, al nivel de la teoría económica, referido a las formas económicas cooperativas, autogestionarias y asociativas (CEPAL & OMT, 2011). Desde los orígenes del capitalismo y a lo largo de la historia moderna y contemporánea, se han desarrollado múltiples búsquedas y

procesos de experimentación de formas económicas alternativas, las cuales han asumido diferentes nombres: cooperativismo, autogestión, mutualismo, economía social y otros (Cadena, 2012).

Estamos viviendo un proceso de crisis que puede tomarse como adaptación, en estos tiempos la oportunidad de invertir respecto a trabajar para otros ha disminuido. La prima de riesgo de invertir se ha equilibrado a la búsqueda de empleo (Audrestch, 2009).

Es aquí donde interviene los emprendedores que además de buscar una recompensa económica, busca satisfacer desafíos personales o sociales, tienen objetivos dirigidos hacia los potenciales clientes; Él conoce muy bien su empresa y a las personas que están en ella, dedica tiempo a charlar con los empleados es un jefe cercano y accesible ya que esto genera compromiso por parte de los trabajadores hacia su empresa (Lara Ramos, 1992).

Un emprendedor de construcciones, un fabricante de artesanías, un chef, albañil contratista, la clave de este concepto es la capacidad de transformar innovaciones desde un invento a un producto práctico, lo que implica un alto riesgo económico, son personas de negocios, comerciantes o empresarios; hay quienes en la actualidad consideran al emprendedor como un héroe cultural (Paredes, 2016).

Un emprendedor lo cuestiona absolutamente todo, incluso por qué quiere emprender. ¿Por qué hacemos lo que hacemos? ¿Por qué lo hacemos de esta manera?. El emprendedor piensa en capacidades, no en productos. Y la primera de esas capacidades debe ser la de convertir ideas en emprendimientos. Cada persona es buena en algo. ¿Y eso, cómo lo convierto en una empresa (Morenus, 2001).

Hoy la sociedad civil consume, pero también quiere opinar. Actualmente el cliente no es el final del embudo comercial, está al lado del vendedor, la oferta se concibe al lado del cliente (Stiglitz & Walsh, 2008).

Aunque todos los emprendedores son únicos, tienden a compartir características, pueden ser unipersonales o grupales (Prado, 2013); los unipersonales nacen con una idea, un individuo que abre su campo de acción solo a su familia, mientras que los grupales conforman una red de integrantes (vecino, amigos, personas afines a sus capacidades) (Subsecretaría de Desarrollo Económico, 2013).

Emprendimientos

El emprendimiento en organizaciones locales siempre ha existido, aunque con un enfoque de subsistencia.

“Los emprendimientos ofertan servicios que tiene relación con: presentaciones artístico-culturales, cabalgatas, caminatas o recorridos en bicicleta; además la venta de artesanías y objetos típicos de la zona que demuestran la importancia de la cultura y será un recuerdo para los turistas” (Cardoso, 2014).

El desarrollo de estos emprendimientos depende de varios actores: el Estado Ecuatoriano y la empresa privada, cada cual en su rama y especialmente del propio emprendedor, pues el apoyo no debe focalizarse en temas de crédito, sino especialmente en habilidades administrativas y motivaciones gerenciales, respetando la cultura y conocimientos ancestrales (Stiglitz & Walsh, 2008).

Hay que promover la generación de eventos nacionales e internacionales (foros, congresos, seminarios, etc.) para transferir conocimientos de sectores más desarrollados hacia los de menor crecimiento logrando concientizar que el emprendimiento requiere esfuerzo y compromiso, involucramiento de emprendedores y asesores ya que no se comprometen a largo plazo con el proyecto y se involucran, simplemente, porque no tienen que hacer en ese momento.

Mientras trabajan están buscando otro puesto y, cuando lo encuentran, se van. Entonces se forma un cuadro donde hay carencia de capital, falta de foco, falta de talento y también de incentivos para retener al talento. (Shulman, 2003)

Estas motivaciones emprendedoras generalmente han sido categorizadas en factores de "pull and push". Es decir, dichas motivaciones se conformarían por un conjunto de variables personales y situacionales de cuya interacción el emprendedor tomaría la decisión de crear una empresa. Entre los factores personales estarían el nivel formativo, edad, estado civil y redes de apoyo (Gutiérrez, 2004) así como determinadas características psicosociales, entre las que podemos citar la necesidad de logro, la propensión al riesgo y el lugar de control (Quiroz, 2006)

El turismo para las zonas rurales se ha venido considerando como una Alternativa de desarrollo desde hace poco tiempo, y por ello es importante que las iniciativas adelantadas sean estudiadas para que se identifiquen los diferentes aspectos de éxito y fracaso para la posterior puesta en marcha de nuevos proyectos (Aguirre, 2007).

Es Garin (2013) quien nos da una perspectiva de estudio para los tipos de emprendedores que podemos encontrar:

Nivel 1: Corresponde al nivel básico y son emprendimientos informales y de escasa formación técnica asociado al rubro turístico. Son usuarios que nunca han recibido capacitación formal y no cuentan con inicio de actividades, desean ofrecer servicios de turismo rural y cuentan con potencial turístico.

Nivel 2: Son emprendedores con negocio definido y en funcionamiento. Acreditan capacitación básica en turismo, tienen inicio de actividades, pero no están formalizados.

Nivel 3: Son emprendedores con actividad turística consolidada y formal, han recibido capacitación acreditable, tienen inicio de actividades y cuentan con permisos necesarios para un funcionamiento formal

No obstante hay un análisis muy interesante acerca de los emprendedores (Cantón & García, 2014) , tal como se observa a continuación (ver figura8)

Figura 8
Clasificación de los emprendedores



Fuente: Revista Emprendedores 2014

-Un primer grupo son aquellos emprendedores que deciden fundar una empresa basándose en un producto, servicio o tecnología que les es propia, y aquellos que prefieren hacerlo comprando la franquicia de un negocio (Subsecretaría de Desarrollo Económico, 2013). Aunque quienes compran la franquicia no siempre son considerados emprendedores.

- Una segunda clasificación divide a los emprendedores entre los que “emprenden por necesidad” y los que “emprenden por oportunidad”; en Argentina y América Latina, los emprendimientos por necesidad promedian el 50% de la totalidad de los emprendimientos.

- Los “emprendedores por oportunidad” son aquellos que emprenden porque han detectado un área vacante en el mercado. La siguiente clasificación, “por la escala del negocio”, es la cúspide de los emprendimientos por oportunidad, en donde encontramos

a la élite de los emprendedores que generan empresas de rápido crecimiento en tamaño y competitividad, como William Gates o Steve Jobs.

A este tipo de emprendimientos se los conoce como “gacelas” (por la rapidez con que se mueven crecen) o de “alto impacto”. Luego vienen los “emprendimientos dinámicos” cuyo objetivo es lograr un crecimiento en capital y empleo a una tasa mayor que la del promedio de sus competidores.

- El último grupo está formado por proyectos que se fundan con el objetivo de “vivir de lo que me gusta”. Se les conoce como emprendimientos de “estilo de vida” o “style life”, el objetivo del proyecto es la búsqueda de un trabajo que permita aplicar a su fundador el conocimiento incorporado al producto o servicio y, al mismo tiempo, evitar gestionar un número importante de recursos humanos (Subsecretaría de Desarrollo Económico, 2013).

Impacto, El término impacto, de acuerdo con el Diccionario de uso del español proviene de la voz “impactus”, del latín tardío y significa, en su tercera acepción, “impresión o efecto muy intensos dejados en alguien o en algo por cualquier acción o suceso (Paredes, 2016).

“Impacto es el proceso sistemático que permite la medición de resultados a posteriori a través de indicadores, a fin de constatar el grado en que se han alcanzado los objetivos propuestos en un período de tiempo determinado”

Impacto Económico, Es la acción directa e indirecta que se refleja en el aumento o disminución de la actividad comercial, es la huella o señal que deja un acto. (Cardoso, 2014). Este impacto se lo puede percibir en las personas que realizan una actividad comercial, por el poder adquisitivo, por su percepción de mejoramiento de calidad de vida. (Aguirre, 2007).

Por estos autores entonces podemos discernir que el impacto es algo medible en quienes generan una actividad comercial y será el objeto de nuestra investigación.

Las actividades económicas son un conjunto de acciones, bienes y actividades que integran la riqueza de una colectividad o un individuo. Las oportunidades empresariales se generan no sólo por inversiones en nuevo conocimiento e ideas sino por la propensión a un subconjunto de esas oportunidades de conocimiento de ser perseguidas o comercializadas por empresas ya existentes (Pérez & Merino, 2013); de este modo, la actividad emprendedora es importante para el crecimiento económico funcionando como canal de transmisión del conocimiento (Audrestch, 2009) .

Los estudios de impacto económico sirven para medir la repercusión y los beneficios de inversiones en infraestructuras, organización de eventos, así como de cualquier otra actividad susceptible de generar un impacto socioeconómico, incluyendo cambios legislativos y regulatorios (Peláez, Lorenzo, & Cañizares, 2012).

La cultura y el turismo tienen una relación mutuamente benéfica que puede fortalecer el atractivo y la competitividad de los lugares, regiones y países.

La cultura es cada vez un elemento más importante del producto turístico, que a la vez genera distinción en un mercado global abarrotado (OECD, 2009) ; por lo tanto, generar una fuerte relación entre el turismo y la cultura puede ayudar a que los lugares se vuelvan más atractivos y a la vez aumenten su competitividad como lugares para vivir, trabajar e invertir.

Impacto turístico (Tyma, 2008) menciona que es la consecuencias no deseadas derivadas de la utilización de los espacios turísticos, que afectan negativamente a la calidad ambiental y patrimonial de los diferentes espacios naturales.

Evaluación de Impactos.- La evaluación de impacto tiene como propósitos determinar si un programa produjo los efectos deseados en las personas, hogares e instituciones a los cuales este se aplica; obtener una estimación cuantitativa de estos beneficios y evaluar si ellos son o no atribuibles a la intervención del programa (Aedo, 2005).

Los impactos son el conjunto de estudios y sistemas técnicos que permiten estimar los efectos previsibles directos o indirectos que la ejecución de un determinado proyecto, obra o actividad, causa sobre la población, la fauna, la flora, el suelo, el aire, el agua, los factores climáticos, el paisaje y los bienes materiales, incluido el patrimonio histórico-artístico y arqueológico” (Pardo, 2002).

Las evaluaciones de impacto se preocupan por saber cuál es el impacto (o efecto causal) de un programa sobre un resultado de interés. Solo interesa el impacto del programa: el efecto directo que tiene en los resultados. Una evaluación de impacto analiza los cambios en el resultado directamente atribuibles al programa (Gertler, Martínez, Premad, Rawlings, & Vermeersch, 2011).

Para medir estos impactos se tiene los indicadores, que pueden definirse como:

“aquella función matemática que reúne u conjunto de condiciones que de juzgan necesarias para concretar una medición expresiva del objetivo buscado” (Pena, 1978).

O lo que es lo mismo, una función de un conjunto de variables e indicadores intermedio, cada una de las cuales contribuye a cuantificar algún aspecto del concepto para el cual se quiere cuantificar su magnitud (Aedo, 2005).

2.3.4 Estudio de caso ruta turística “Tren de Hielo 2”

El Renacer del Ferrocarriles del Ecuador

Después de tantos años de haber dejado de ejercer funciones laborales y de movilidad en el Ecuador, la empresa fue sometida por el estado a reformarse y tener como marca comercial el nombre Tren Ecuador cuya misión es:

“Administrar y operar eficientemente el sistema ferroviario nacional ofertando productos turísticos innovadores con altos estándares de calidad, excelencia, responsabilidad social, favoreciendo el desarrollo profesional de nuestro talento humano y el fortalecimiento de las economías locales” (Ferrocarriles del Ecuador, 2008).

Por ello la Empresa de Ferrocarriles del Ecuador al ser reconstruida, tomó la decisión de no hacerlo únicamente como transporte, sino como una empresa turística, destinando su esquema ha movilizaciones cortas por toda la línea férrea recuperada con el proyecto de rehabilitación, considerado como un bien patrimonial y cultural del país.

Basándose en estos conceptos el tren cumple su papel de patrimonio histórico y este fenómeno de revivirlo surgió, motivando a organizaciones gubernamentales y privadas a trabajar por un proyecto turístico que hoy es el mejor producto turístico del país. Es aquí donde se contempla plantear rutas turísticas vinculando a las comunidades adyacentes a la línea férrea en preparación de servicios turísticos, tanto en cafeterías, plazas comunitarias y venta de artesanías e incluso en guianza local (Prado, 2013).

Y en base a ello se fue formando varias rutas turísticas, y para ello se tomó en consideración el estado de la vía como tal, están directamente comprometidos con las comunidades cercanas a las estaciones y puntos de parada de las rutas turísticas. Dependiendo del número de visitantes que cada ruta receipta, podemos darnos cuenta si los servicios y lugares ofertados reciben un ingreso económico considerable, es decir el impacto económico esperado (Carrera, 2014).

La rehabilitación contempló realizar trabajos en la vía original construida hace más de cien años, optimizando el trazado inicial y reutilizando materiales y elementos ferroviarios existentes en la vía (Del Pino Martínez, 2013).

Es por ello que Tren Ecuador ha fortalecido esta demanda internacional con sus productos turísticos que cuentan con atractivos naturales, patrimoniales, étnicos, folclóricos, gastronómicos y comerciales (Cardoso, 2014).

Las rutas turísticas de Tren Ecuador reúnen, la unión de estructura y cultura, pues la vía (columna vertebral de la empresa) que sobresale por estar rodeada de lugares que se consideran por algún motivo valiosos; brinda la expectativa necesaria, esperando que los viajeros la recorran para conocer sitios de importancia natural, religiosa, cultural, etc. Sobresalen por sus características que permiten el acceso a un patrimonio cultural o histórico de importancia local (MINTUR , 2015).

Como se detalló anteriormente, FEEP para alcanzar uno de sus objetivos estratégicos: fomentar el desarrollo económico local y la participación de los actores públicos y privados, bajo un enfoque turístico, patrimonial, cultural y solidario (FEEP y MINTUR, 2014) ha puesto en marcha cinco productos tren, también conocidos como emprendimientos. Sus objetivos primordialmente van entorno a la dinamización de las economías locales por donde pasa el tren y lograr ofrecer un producto turístico que no necesariamente solo sea el transporte en el tren.

Se cuenta con estaciones que cuentan con boleterías, salas de espera, andenes de embarque y desembarque, baterías sanitarias, parqueaderos. Los visitantes mientras esperan la partida de su tren pueden conocer la historia del ferrocarril en el Museo del Tren, comprar una artesanía en la Plaza artesanal y Tienda del tren y disfrutar los sabores del Ecuador en el Café del Tren (TREN Ecuador, 2016).

Los servicios turísticos son las acciones que se llevan a cabo para lograr la satisfacción de una necesidad en la ruta turística, enfocada desde la impresión que se lleve al ingresar a la estación, en estándares de limpieza, venta de boletos y la información brindada acerca del viaje, la bienvenida a la estación, la calidez al brindar los productos gastronómicos en las cafeterías, la gama de productos en la plaza artesanal por los emprendimientos, etc. (Pérez & Merino, 2013).

Desde que se inició el proceso de rehabilitación del tren ecuatoriano, Ferrocarriles del Ecuador ha generado cerca de 20 mil empleos, siendo 5 mil los directamente vinculados al turismo en el corredor ferroviario, con ello se fomenta la dinamización de las economías locales a través de la participación colectiva y la gestión en las áreas locales, pues son los emprendimientos y sus emprendedores quien tiene mayor contacto a los turistas (SENPLADES ; FEEP, 2013).

La empresa se constituyó en cuatro filiales que abarcan el territorio férreo del Ecuador (ver tabla 5), el enfoque que tiene Tren Ecuador es trabajar en forma conjunta con los gremios artesanales que quieran prestar un servicio turístico o la venta de artesanías y la generación de empleos.

Tabla 5
Filiales Empresa Tren Ecuador

| FILIAL | ESTACIONES | EMPLEOS |
|---------------|-------------------|----------------|
| Norte | Ibarra | 399 |
| | Salinas | 236 |
| Centro | Quito | 246 |
| | Tambillo | 53 |
| | Machachi | 174 |
| | Boliche | 108 |
| | Lasso | 90 |
| | Latacunga | 123 |
| | Salcedo | 71 |
| | Ambato | 185 |
| | Cevallos | 90 |
| Sur | Urbina | 220 |
| | Riobamba | 843 |

| | | |
|--------------------------------|----------|-------------|
| | Colta | 135 |
| | Guamote | 62 |
| | Alausi | 449 |
| | Sibambe | 336 |
| | Huigra | 158 |
| | El Tambo | 104 |
| Litoral | Duran | 325 |
| | Yaguachi | 188 |
| | Milagro | 25 |
| | Bucay | 506 |
| Total empleos generados | | 5126 |

Fuente: Publicación Construcción y Rehabilitación del Tren de Alfaro (2014)

En la rendición de cuentas de Tren Ecuador (2016), esta lista se modificó, pues existe un crecimiento de emprendedores, tal como se aprecia a continuación (ver figura 9).

Figura 9
Emprendedores por tramo

| TRAMO | DICIEMBRE | |
|---------------------------|-------------|--------------------------|
| | Nº Empleos | Nº Unidades Productivas* |
| Quito – Cevallos – Mocha | 1245 | 409 |
| Otavaló – Ibarra | 512 | 186 |
| Ibarra Salinas | 266 | 49 |
| Urbina – Riobamba | 1088 | 288 |
| Riobamba - Colta | 208 | 48 |
| Alausi – Sibambe – Huigra | 950 | 122 |
| Tambo – Coyocor | 104 | 13 |
| Duran – Bucay | 1153 | 419 |
| TOTAL NACIONAL | 5526 | 1534 |

Fuente: Rendición de cuentas Tren Ecuador (2016)

Así como observamos en la figura anterior, se nota que ya sea Lasso, Urbina, Nizag u otra población el paso del tren nuevamente incrementa la fuerza laboral, las microempresas y emprendimientos han contribuido al manejo y éxito del proyecto turístico (Guerrero, 2013).

VINCULACIÓN DE LOS EMPRENDEDORES A TREN ECUADOR

Para este caso los proyectos vinculados a esta generación económica que tiene a los viajes del tren como eje promotor de su economía, muchas veces cambiando la agricultura para dedicarse a la gastronomía y servicios turísticos entorno a los pasajeros del tren.

Cumplir uno de los objetivos estratégicos de Ferrocarriles del Ecuador es fomentar el desarrollo económico local y a la participación de los actores públicos y privados, bajo el enfoque turístico, patrimonial, cultural y solidario; es una prioridad.

Desde la Jefatura de Desarrollo Local se implementan las estrategias para dinamizar las economías de las poblaciones por donde pasa el tren durante la ejecución de rehabilitación en el corredor turístico ferroviario. (FEEP y MINTUR, 2014).

Los objetivos de Ferrocarriles del Ecuador para dinamizar las economías locales son: “Fomentar el desarrollo económico local y la participación de actores público y privados, bajo un enfoque turístico patrimonial, cultural y solidario” Ferrocarriles del Ecuador desarrolla proyectos que buscan alcanzar metas que rigen la Constitución y el Plan Nacional del Buen Vivir, a través de la gestión que realiza el Área de Desarrollo Local, quien busca fortalecer, promover y potenciar una cultura emprendedora de las localidades por donde atraviesa el ferrocarril (SENPLADES ; FEEP, 2013).

El objetivo radica en la generación de alternativas generadoras de valor y empleo bajo el marco de los Productos y Servicios Turísticos del Tren, fomentando la dinamización de las economías locales a través de la participación colectiva y la gestión en lo local (Carrera, 2014). Estos procesos se realizan a través de:

- La facilitación entre FEEP y lo local, que dinamiza las relaciones con actores comunitarios, públicos, privados y de la sociedad civil con el fin de vincularlos al proyecto de rehabilitación del ferrocarril, dando como resultado: La creación de

emprendimientos productivos e iniciativas relacionadas al turismo ferroviario, considerando la conservación y preservación del patrimonio cultural y ambiental.

- Acompañamiento y asesoramiento continuo a los emprendimientos con el fin de apoyar su gestión y fortalecerla, a través del apoyo y asesoramiento jurídico de los emprendimientos; gestionar procesos de capacitación desde Ferrocarriles del Ecuador o entidades externas en temas como contabilidad, liderazgo, atención al cliente, manejo de alimentos, entre otros aspectos que apoyan la gestión de los emprendimientos.

- Fortalecer, monitorear y dar seguimiento continuo a los emprendimientos generados a través de visitas de campo y talleres para la ejecución de planes de trabajo.

- Las estrategias primordiales de Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública, es el desarrollo de modelos organizativos y asociativos para el manejo de servicios de apoyo y actividades vinculadas a los productos turísticos y estaciones ferroviarias.

En este sentido, se han generado y fortalecido 21.252 empleos (5.313 empleos estables relacionados al turismo y 15.939 relacionados a la cadena de valor), 1.488 unidades productivas, 1.025 emprendimientos comunitarios, familiares, unipersonales y 463 unidades de negocios privados, que han sido fortalecidos vinculándose al tren (FEEP y MINTUR, 2014).

Para dinamizar las economías locales, se realizó:

- Una sistematización que permitió diagnosticar los emprendimientos generados, determinando el rol del área en temas de facilitación y asesoría local, generándose los fortalecimientos de los emprendimientos, dando como resultado el “Manual de facilitación de procesos locales” y la “Guía metodológica para la gestión de empresas comunitarias”.

- Se dan procesos de capacitación en temas como: Técnicas de ventas y marketing, guianza, servicio al cliente, asociatividad y manejo de alimentos, estos dos últimos realizados con el IEPS y el MINTUR, respectivamente.

- Para el fortalecimiento de la Plaza Artesanal del Tren, se inició el “Afianzamiento de los procesos de diseño, elaboración y comercialización de artesanías con enfoque de identidad cultural de los emprendimientos ubicados en las plazas artesanales del tren”.

- Se ha trabajado en un modelo de relación con los emprendimientos, producto del cual se publicó el libro: Tren de las Oportunidades II, en el que principalmente se detallan las experiencias con los emprendimientos y se propone el término: Empresas Comunitarias, para lo cual se adjuntan las diferentes herramientas para su funcionamiento (FEEP y MINTUR, 2014)

Para el Gerente de los Ferrocarriles Filial Sur, Fredy Cabrera, el incremento de nuevas rutas y servicios ha influido para que el turista opte por utilizar el tren. El tren Crucero, es un gran beneficio para el país, el turismo ha aumentado, lo cual indica un progreso en los diferentes lugares por donde pasa el tren de Alfaro (WTTC, 2014).

Los actores locales son quienes administran los servicios complementarios categorizados como franquicia para que el turista que viaje en el tren o visiten las estaciones de la línea férrea, puedan contar con servicios de calidad, espacios cómodos que mantengan la identidad de la oferta de servicios locales y tradicionales, estos servicios son:

El servicio de la cafetería consiste en ofrecer comida típica de la localidad a los turistas que hacen una parada en las distintas estaciones del tren. Estas cafeterías, por tener una administración comunitaria ya sea total o parcialmente, ofertan productos turísticos de las comunidades cercanas a las estaciones.

Plaza artesanal del tren, el objetivo de estas plazas es buscar espacios de muestra y comercialización de artesanías locales, conservando técnicas ancestrales de alta valoración cultural. Los productos artesanales que se ofertan son elaborados en las comunidades con técnicas rudimentarias y primarias que conservan las tradiciones y patrimonio cultural de la zona.

Tienda del tren se establecieron tres tiendas del tren 2011 en las estaciones de: Machachi, Boliche, Ibarra y Yaguachi. A través de estas tiendas se muestran los artículos promocionales de la marca tren Ecuador realizados por artesanos de varias comunidades del corredor turístico ferroviario.

Los Refugio del tren, tienen la capacidad para quince personas en la estación de Sibambe y doce personas en Urbina, tendrá un modelo de administración público-privado comunitario y específicamente busca explotar el turismo comunitario en la zona.

Museo del tren, existen en Chimbacalle, Ibarra, Riobamba, Sibambe y Duran, son interactivos que busca transportar en el tiempo a la gente para así lograr una valoración patrimonial del tren a lo largo del tiempo.

Estos servicios y otros emprendimientos turísticos se encuentran relacionados a los diferentes productos del tren, tales como Excursiones y Tren Crucero en las diferentes rutas que se manejan a nivel nacional. Así mismo existen otros tipos de emprendimientos que brindan servicios y productos relacionados al turismo como son: Operadoras turísticas comunitarias, cabalgatas y sitios gastronómicos (Paredes, 2016). Estos servicios complementarios buscan dinamizar las economías de las localidades por donde atraviesa el Corredor Turístico Ferroviario a través de convenios públicos, privados y comunitarios, vinculándose a la comunidad para que administre los cafés, refugios y tiendas, bajo convenios y actas que buscan fortalecer los emprendimientos mejorando la calidad de sus productos, con el apoyo de parte de Ferrocarriles

Ecuatorianos Empresa Pública. Es así que en diciembre del 2014, se firmaron 37 convenios con asociaciones, municipios y juntas parroquiales y 100 actas de plazas artesanales (TREN Ecuador, 2016).

La Tienda del Tren es un espacio de comercialización de artículos promocionales de la marca Tren Ecuador dispuestas 8 en la actualidad, donde principalmente están expuestas las artesanías de nuestros emprendedores. También el servicio de hospedaje en las estaciones de Sibambe y Urbina que son el Refugio del Tren, para quienes pernoctan con atractivos distintos (TREN Ecuador, 2016).

Las artesanías constituyen una parte esencial de la experiencia que disfrutan los turistas. Muchos viajeros encuentran la gratificación de hacer turismo en el contacto directo con las costumbres, manifestaciones y la singularidad del lugar visitado. Sus recuerdos se perpetúan y concretizan mediante la adquisición de artesanías, es un tipo de compra que refleja cada vez más valores sociales y una búsqueda de calidad, además aporta al gasto promedio por visitante (Albuja, 2016).

En el intento del desarrollo comercial la sostenibilidad es fundamental debido a que este tipo de turismo enriquece tanto a la cultura como a la gastronomía étnica de los diferentes destinos, creando una nueva perspectiva de lo que significa el turismo y la importancia comercial de las actividades que involucran el desenvolvimiento de lo que hoy es una realidad cada vez más importante (Quiroz, 2006).

Los nuevos consumidores de productos turísticos pretenden conocer la cultura. Buscan lugares y acontecimientos con identidad y diferenciación. Se valora la cultura no solo como entendida como el estilo artístico de un edificio, sino la mezcla de forma de vida, patrimonio que incluye valores artísticos como costumbres, historia y folclor, donde descubre la libertad en zonas rurales y a la calidad del medio natural. Es una filosofía de actividad, de aire puro y trato cálido frente a la polución, la rigidez, presión y monotonía de la vida urbana (UNION EUROPEA, 2011).

Inicio de las operaciones turísticas

La rehabilitación de la línea férrea data desde 2008 cuando se forma la Junta de Rehabilitación y Reconstrucción del sistema Ferroviario de la Empresa Pública Ferrocarriles del Ecuador, en la cual se determina el realizar una estrategia por tramos para los 545 km que tiene el corredor ferroviario en el Ecuador.

Como se observó en la tabla 8, la línea del Tren se dividió por Filiales, siendo cada un responsable de la ejecución de la Rehabilitación de los tramos comprendidos entre las estaciones, pues no podía realizarse en una sola etapa; ya que el presupuesto otorgado por el Gobierno en forma general se lo dividía de acuerdo a las necesidades de cada filial, teniendo la construcción de estaciones, rehabilitación de las rieles o pagos administrativos a pagarse según el criterio del Gerente titular de turno (FEEP y MINTUR, 2014).

Tomado en consideración que el primer tramo en reconstruirse sería Quito-Duran , cuya prioridad se dio a la estación de Chimbacalle en Quito, se demoraron desde 2008 hasta 2010, después vinieron las estaciones hacia el sur; en cambio la línea férrea se dio en sentido contrario, desde Duran hacia el norte.

Al final se reconstruyó el tramo Ibarra- Salinas de Ibarra terminada en el 2012 y así quedaban conformadas las rutas estableciendo las ciudades de parada (ver figura 10).

Figura 10
 Mapa de línea férrea en el callejón interandino Sierra- Ecuador



Fuente: Mapa del corredor férreo Tren Ecuador 2012

Mientras se dio la rehabilitación, las primeras rutas turísticas en funcionar fueron las que tenían salidas desde Quito, la estación de Chimbacalle fue el punto central de la rehabilitación, ya que allí se encontraban las oficinas, talleres mecánicos, es decir la parte administrativa del empresa férrea y por ello fue quien inició la operación de las rutas turísticas en 2010: Tren de los Volcanes - Paramo Infinito - Machachi festivo; pero la idea de crear más rutas vino del Departamento de Comercialización de la nueva

empresa turística, determinando rutas en el resto del corredor ferroviario, tales como: Tren del Hielo, Sendero de los Ancestros, Nariz del diablo, Sendero de los arrozales y cuando hubiera finalizado la reconstrucción del norte se daría a conocer la ruta turística Tren de la Libertad cuyo recorrido es desde Ibarra hasta Salinas de Ibarra (Feep, 2008).

Como se notó anteriormente en el sector de la sierra centro se preveía la ruta tren del Hielo, inicialmente se unirían Ambato y Riobamba, pero debido a los trabajos de construcción, surge el interés del Municipio de Cevallos, cantón de la provincia de Tungurahua en mantener una importante participación en este proyecto turístico de la mano de su Alcalde Dr. Bayardo Constante, se da paso a la creación de una propuesta que permita realizar actividades turísticas en el cantón, obligando a si a cambiar la idea de la ruta turística Tren del hielo (El Herald, 2012), dividiéndose:

Tramo 1.- Riobamba – Urbina - Riobamba y

Tramo 2.- Ambato – Cevallos - Urbina – Cevallos – Ambato.

Figura 11
Producto turístico original de la ruta “Tren del Hielo 2” 2012



Fuente: Rendición de cuentas 2012 Tren Ecuador.

En base a lo descrito podemos citar que los productos que presenta Tren Ecuador cumplen con esta línea de consumo para los turistas, pues: en todas las rutas posee estas características, teniendo a nivel nacional 11 rutas turísticas y un producto estrella “Tren Crucero”, el enfoque en este estudio será para la ruta existente en la ciudad de Ambato conocida como la ruta “Tren del Hielo 2”.

Esta ruta turística recibe aproximadamente 500 turistas mensuales, cuyo número de visitantes varía, pues depende de la capacidad del tren que los transporte, cuenta con un autoferro (capacidad 30 pasajeros) o un convoy completo con mayor capacidad (95 a 120 pasajeros), de esto depende las ventas que los artesanos y emprendedores realicen en cada viaje, así podremos determinar cuánto ha influenciado en sus economías particulares la presencia de estos viajes turísticos implementados por la empresa Ferrocarriles del Ecuador.

Tren del Hielo tramo 2

El departamento de Comercialización se tardó desde 2012 para formar la ruta que partiría desde la ciudad de Ambato, ya que sus instalaciones se encontraban en plena rehabilitación, pues para el mes de Agosto hubo un avance del 85% del porcentaje de avance de obra, y para el mes de Diciembre dar por terminado la implementación del tramo final, y en primer trimestre del 2013 iniciar ya con la ruta turística, para ello se realizaron las respectivas capacitaciones a emprendedores de la zona central del país, realizando la búsqueda en las municipalidades de ideas y proyectos turísticos que contribuyan a la nueva ruta turística (Ferrocarriles del Ecuador, 2008), teniendo así:

Ambato

A través del Municipio, se pretendió extender la rehabilitación de la línea férrea hasta la Quinta de Juan León Mera, para dar a conocer el jardín Botánico reconstruido con el fin de promover el turismo de la ciudad, más dicha propuesta fue descartada, pero se

realizaron las intervenciones al unir a los emprendedores insignes de Ambato hacia el nuevo proyecto turístico, siendo así el nexo con:

Asociación de venta de chocolate en tabla; estarían a cargo de mantener una venta de sus productos y además de administrar la Cafetería del tren implantada en la estación de Ambato, abriendo sus puertas para dar el desayuno a quienes emprenderían el viaje en la ruta turística, el aroma del chocolate en la estación de Ingahurco invita a degustar la deliciosa y tradicional bebida artesanal ambateña que se fabrica desde hace un siglo en la parroquia de Huachi Chico, los miembros de la Asociación Artesanal La Chocolatera Ambateña se organizaron para brindar sus productos acompañados con pan, queso y empanadas.

También participaron los artesanos de la Comunidad de Quisapincha con sus productos de gran reconocimiento a nivel nacional, tendrían buena acogida al mostrar sus productos en la plaza artesanal de la estación, al igual que las vendedoras de frutas y flores de la ciudad, pues uno de los objetivos era difundir la cultura de Ambato reconociendo sus atractivos basado en el nombre de las fiestas de la ciudad.

Cevallos

La intervención del Municipio permitió que se haga una re-ingeniería de itinerario y además involucrar el contingente hacia el centro del país; ya que mediante el trabajo del departamento de Cultura del Municipio, se hizo el involucramiento de varios emprendedores del cantón, formando así la Red de Turismo en el cantón, ofertando sus principales atractivos como:

La confección del calzado por la Asociación de calzaditas CALZAFINCE, se vinculó pues dejaría conocer al turista el proceso de confección del calzado y permitiría obtener descuentos a quienes visitaran la fábrica, rotándose entre los socios de la asociación,

además la visita a huertos frutales, alimentación brindada en los restaurantes de la zona, city tour en el Cantón entre otras actividades.

Esta vinculación pudo ser posible por la propuesta gubernamental de colaborar en la rehabilitación y generación de Mueso del tren, Cafetería del Tren en la estación de Cevallos, teniendo gastos compartidos con la empresa Tren Ecuador siendo 170 mil dólares (El Herald, 2012).

Los restaurantes del Cantón, por el horario de visita del Cantón, serían los encargados de proporcionar la alimentación del almuerzo hacia los turistas, siendo dirigido y rotándose de acuerdo a un cronograma implementado por la Municipalidad.

Urbina

Ya que el proyecto estaba enfocado inicialmente para unir Ambato y Riobamba, siendo el único punto de escala la estación de Urbina, la Municipalidad de Guano puso su empeño en lograr ayudar a organizaciones que venían desarrollándose con ayuda de Organización es no gubernamentales ONG's internacionales, resultando beneficiarios las comunidades indígenas más cercanas a la línea férrea como:

Asociación de mujeres de la comunidad de Pulingui, serían las encargadas de brindar el refrigerio en la estación de Urbina y administrarían el refugio que allí está ubicado con cenas y eventos folclóricos, a más de ofertar excursiones hacia el Chimborazo

Asociación de artesanos de alfombras de Guano, su fama daba a entender que sería una gran propuesta el tener en exhibición a tan altas artesanías reconocidas internacionalmente.

Red de talabartería de Guano, el trabajo en cuero desarrolla grandes artesanías y comercialización daría relevancia a la ruta turística.

Como parte del patrimonio histórico de nuestro país, al llegar muy cerca de las faldas del nevado Chimborazo no podía faltar el personaje ilustre de la Provincia de Chimborazo, Baltazar Ushca quien es el Último Hielero cuyo nombre es reconocido a nivel internacional como leyenda viva del país.

Con la descripción de los atractivos de cada ciudad que está vinculada a la ruta turística se formó la red de emprendedores que quedó conformada así:

Estación de Ambato:

- Artesanías Doña Anita
- Gelatinas Gelarte (Artesanos I. Municipio de Ambato)
- Café del Tren
- Choco- choco tren (venta de chocolates con formas)

Estación de Mocha:

- Red de mujeres emprendedoras de Mocha

Estación de Urbina:

- Cafetería del Tren , Asociación Sumak Kausay Sector 4 esquinas
- Posada “La estación” Familia Donoso
- Artesanos calificados del Cantón Guano

Estación de Cevallos:

- Cafetería del Tren, Asociación de Vincas
- Caramelo Artesanal “ Don Manuelito ”
- Asociación de calzado cevalleces “Calzafince” y “Gusmar”
- Empresa frutícola “Dulcifresa”

Restaurantes vinculados a la ruta en Cevallos

- Descanso Real
- Hornados Doña Rosita

- Paradero Super cuy
- Restaurante Fogus (cerrado)
- Restaurante Gran Conejo
- Picantería El Cajón
- Paradero Las Rosas
- Paradero María Diocelina

Inicio de la ruta turística

Dicha alianza trajo varios planes pilotos para probar la calidad de servicios de la Red de Turismo, siendo inaugurada el 27 de diciembre de 2012 dando movimiento a la estación del ferrocarril en Ambato, en Ingahurco; el espacio restaurado se compone de 1.200 metros cuadrados y el costo de la obra se calcula en 540 mil dólares. Los funcionarios de la administración laboran de miércoles a domingos, de 08:00 a 16:30.

Ambato recibe las siguientes rutas: Tren del Hielo (tramo II), Tren Educativo, Tren Social, Tren de la Excelencia y Tren Crucero.

En Marzo del 2013 se realiza la primera salida piloto ya con la unidad férrea designada para esta ruta, el Autoferro #97 que tiene capacidad para 30 pasajeros; y el 27 de Abril del 2013 la primera salida comercial desde la ciudad de Ambato, cuyo costo fue de \$15 dólares para adultos y \$ 8,50 dólares para niños y personas de la tercera edad o con alguna discapacidad, se puede apreciar al volcán Tungurahua y los nevados Altar, Chimborazo y Carihuayrazo. La excursión tenía el siguiente itinerario:

7:30 am Check in de boletos y asignación de asientos en Autoferro

8:00 am Salida desde Estación Ambato

8:50 am Llegada a Estación de Cevallos (parada de 40 min. para desayuno)

9:30 am Salida hacia Estación de Urbina

10:30 am Llegada a Estación de Urbina (desembarque e inicio de actividades)

10:40 am Ingreso a cafetería de Urbina (refrigerio incluido)

Al ser el principal atractivo el Chimborazo tenemos: vista panorámica, encuentro con Baltazar Ushca Ultimo hielero, venta de helados hechos con hielo del nevado, tejidos de lana de alpaca, alfombras de Guano, artículos de cuero.

11:00 am Salida hacia Estación de Cevallos (1 hora de viaje)

12:00 pm Arribo a la estación de Cevallos

Visita a taller de artesanías, visita al parque central, ingreso a fábrica de calzado

13:00 pm Almuerzo en restaurante asignado por la Municipalidad

14:30 pm Visita Dulcifresa, venden mermeladas y postres con fruta del sector

15:00 pm Tiempo libre para realizar compras en el Cantón.

16:00 pm Salida de retorno hacia Ambato

16:45 pm Fin de servicios

Para finales del año 2013 el Ministerio de Inclusión y Economía Social, Ministerio del Deporte firman el Convenio Macro de Cooperación con Ferrocarriles del Ecuador para la ejecución del proyecto “Conciencia Social Sobre Rieles”, que tiene como objetivo vincular a los grupos de atención prioritaria al uso y disfrute del patrimonio ferroviario; se realizan los viajes con grupos vulnerables de bajos recursos económicos, cuyo objetivo es conocer la actividad comercial del Cantón Cevallos principalmente motivando así a los excursionistas con una idea que haga surgir una asociación o emprendimiento en base a lo visitado; al menos esa fue la consigna de viaje, pues quienes viajaban recibían el bono solidario y estaba en marcha la campaña del Gobierno Nacional en que voluntariamente dejen esos recursos y emprendan negocios o se vinculen comercialmente a la sociedad; en cuanto los grupos de niños con discapacidad fueron beneficiados también los padres de familia y educadores coincidieron que sus hijos puedan ser incorporados en una sociedad donde muchas veces son excluidos; dicho convenio estuvo vigente hasta finales del 2014.

Estos viajes se daban los jueves hacia Cevallos; la salida tenía horario especial.

| | | |
|------------|-------|---|
| Matutino | 08:30 | Pre-chequeo de los pasajeros |
| | 09:00 | Salida hacia Cevallos |
| | 09:50 | Arribo a estación Cevallos (Visita a emprendimientos) |
| | 11:00 | Salida hacia Ambato |
| | 11:50 | Arribo a estación de Ambato |
| | 12:00 | Entrega de suvenir por Jefa de estación |
| Vespertino | 12:30 | pre-chequeo de los pasajeros |
| | 13:00 | Salida hacia Cevallos |
| | 13:50 | Arribo a estación Cevallos (Visita a emprendimientos) |
| | 15:00 | Salida hacia Ambato |
| | 15:50 | Arribo a estación de Ambato |
| | 16:00 | Entrega de suvenir por Jefa de estación |

Los proyectos implementados por Tren Ecuador, dieron paso a que los trenes tengan mayor movimiento en el corredor ferroviario, y obviamente las estaciones tenían más excursionistas (ver tabla 6) y por ende los emprendimientos se veían más beneficiados.

Tabla 6
Rutas turísticas que partían desde Ambato en 2013

| RUTAS TURISTICAS | ESTACIONES BENEFICIADAS | TIEMPO DE ESTADIA | AÑO |
|----------------------------------|--------------------------------|--------------------------|------------|
| "Tren del Hielo 2" | Ambato | 30 minutos | 2013 -2015 |
| | Cevallos | 4 horas | |
| | Urbina | 1 hora | |
| Conciencia sobre rieles Ambato | Ambato | 30 minutos | 2013-2014 |
| | Cevallos | 1 horas | |
| Conciencia sobre rieles Riobamba | Urbina | 1 hora | 2013-2014 |
| Tren Crucero | Ambato | 30 minutos | 2013-2015 |
| | Urbina | 1 hora | |
| Tren de la Excelencia | Ambato | 2 hora | 2013-2014 |
| | Urbina | 1 hora | |

Fuente: Rendición de cuentas Tren Ecuador 2014
Elaborado por: SANDOVAL J. (2018)

Para los emprendedores estos años son los que tuvieron mayor rédito económico tal como lo determina los resultados de la entrevista realizada a cada emprendedor y lo reflejan las compras hechas; siendo Ambato el punto de partida no obtenía ventas pero con la implementación del Tren de la Excelencia, la estación recibía a los excursionistas, el tiempo de estadía se amplió quedándose por el lapso de 2 horas en el que podían tomar el almuerzo en la Cafetería de Ambato y recorrer lugares insignes de la ciudad como la Quinta de Juan León Mera y el Jardín Botánico La Liria, adquiriendo artesanías y suvenir elevaron las ventas, pero el proyecto culminó el convenio hecho con el Ministerio de Educación a finales del año 2014, suspendiéndose en adelante este recorrido.

Además se hicieron varias alianzas con empresas de índole privado obteniendo descuentos y beneficios para sus clientes particulares siendo la ganancia para Tren Ecuador, la difusión y posicionamiento de la marca comercial; se incrementó la venta en internet lo que extendió el campo de compra de tiquetes y promoción de los productos férreos; se creó las Gif's card como una iniciativa a tarjetas de crédito para viajar en cualquier ruta turística de la empresa Tren Ecuador.

Estos son algunos de los programas sociales que se dieron en todas las rutas incluidas la del "Tren del Hielo II" (ver figura 12).

PROYECTOS SOCIALES 2014

Ferrocarriles del Ecuador con el objetivo de democratizar el servicio ferroviario tiene proyectos sociales:

Conciencia Social Sobre Rieles, el objetivo es que las personas que pertenecen a los grupos de atención prioritaria (adultos mayores, personas que acceden al bono de desarrollo humano, personas con discapacidad) puedan disfrutar del tren de manera gratuita para el beneficiario final. Desde el mes de octubre de 2013 gracias a un convenio entre FEEP y el MIES, es el Ministerio de Inclusión Económica y Social quien realiza el pago a FEEP.

Tren Educativo, producto que busca que los estudiantes de colegios y escuelas públicas puedan reforzar sus conocimientos a través de un viaje en tren de manera gratuita. Desde octubre de 2013 el MINEDUC es la institución que realiza el pago a FEEP.

Tren Social, a través de un pasaje de USD 3,50 para adultos y USD 1,75 para niños, adultos mayores y personas con discapacidad, se busca que grupos organizados (barrios y comunidades) puedan realizar viajes en tren.

Colonias Vacacionales, son cursos que se dictan en temporada de vacaciones a niños y niñas de las comunidades y sectores aledaños a la vía férrea, dictadas por gestores culturales vinculados con esta actividad.

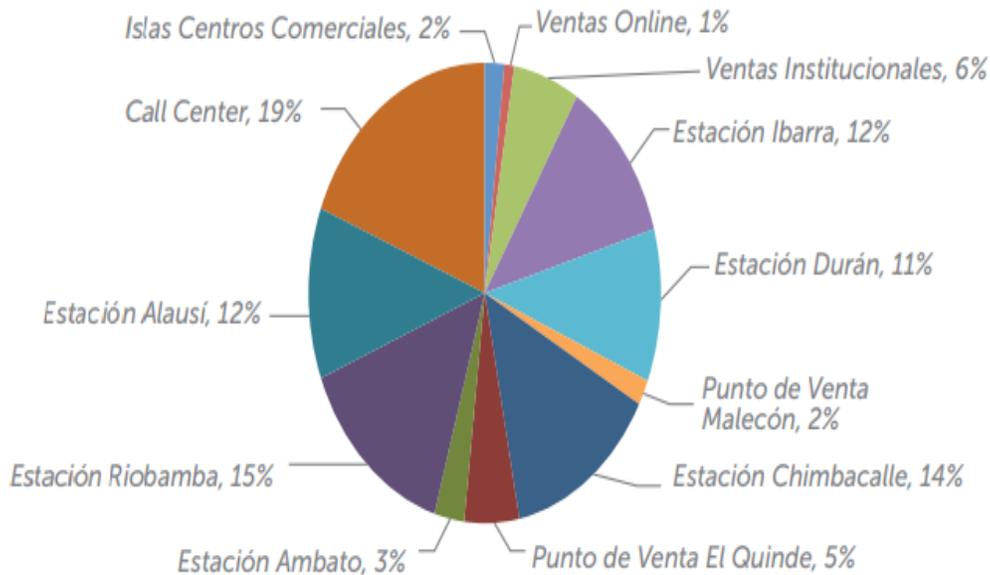


Fuente: Tren Ecuador 2014

Paralelamente a la implementación de estos programas sociales, en ese mismo año se creó el departamento de Venta institucionales, venta on line y las islas en los centros

comerciales tal como el grafico indica (ver figura 13), cuya fuente se tomó del ítem Canales de venta de la Rendición de cuentas de la empresa en el año 2014.

Figura 13
Representación de porcentaje de ventas



Fuente: Rendición de cuentas 2014 Tren Ecuador

Al implementarse estas alternativas de llegar a los clientes, se fueron incrementando las ventas, pues se tiene una diversificación en la manera de promocionar las rutas turísticas del Tren y de la misma manera que se abrieron canales electrónicos para la venta de tiquetes del tren, se dieron a conocer otros productos destacados de la promoción de Tren Ecuador.

En el año 2014 la creación de las gif's card (ver figura 14) cuya función era el proveer al pasajero de un alternativa de compra similar al uso de una tarjeta de crédito, permitió que la empresa tuviera una gran difusión de su imagen y así posesionar la marca en el mercado comercial.

Figura 14
Gif's cards Tren Ecuador



Fuente: Publicidad de la marca Tren Ecuador 2014

Ademas en el 2014 fue un año en el que Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (BIESS) y Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública (FEEP), firmaron un convenio interinstitucional para crear una nueva línea de los Préstamos Quirografarios destinada a financiar el viaje en Tren Crucero para los afiliados activos y jubilados, siendo un beneficio para los ecuatorianos (MINTUR , 2015). Ademas que se firmaron importantes convenios con:

- Promoción con Supermaxi, DK Management, CLARO, Pacificard, La Ganga.
- Puntaje en revistas nacionales, LAN, promoción día de la madre,
- Promociones Internacionales como: TTOO Cox & Kings en Reino Unido, en medios digitales EE.UU, Reino Unido, en Suiza, Webinars, informativos para los tour operadores y agentes de viajes en países de habla inglesa en América del Norte, Europa, Oceanía y Asia.
- Revistas Food and Travel en Reino Unido y Revista Globe Trotting en Canadá y EE.UU, beneficios para sus suscriptores y lectores.
- Ferias Internacionales, FITUR (España), ITB (Alemania), WTMLA (Brasil), IT (Argentina), PURE (Marruecos), USTOA (EE.UU).

- Descuentos con empresas nacionales con suscriptores como: El Comercio, Super Paco, El Universo, El Telegrafo entre otras (ver figura 15).

Figura 15
Publicidad en internet que difunde las excursiones de Tren Ecuador



Fuente: Rendición de cuentas 2014 Tren Ecuador

Esto nos da una clara idea de cuanta inversión se realizó en este año, siendo la razón indiscutible de tener como mejor año productivo de beneficio para los emprendedores.

Conforme avanzó la reconstrucción, se suman otros atractivos y estaciones, es así que este itinerario se mantuvo hasta Junio del 2015 donde se incrementó la parada en la Estación de Mocha, modificando el recorrido en tiempos y servicios (ver figura 16), la primera parada ya no sería Cevallos, ya que Mocha tomaría el servicio de la Cafetería

para brindar desayunos a los turistas, dicho cambio generó la salida de los emprendedores de la Cafetería de Cevallos, siendo reemplazado 1 semana después con otro emprendimiento que se vinculó a la estación y al vez daba el servicio de alimentación al comedor a la guardería Municipal para mitigar la falta de venta de los desayunos por el cambio de itinerario, se realizó su difusión con un díptico.

Figura 16
Promocional de la ruta “Tren del Hielo 2”

Tren del Hielo II
Ambato – Mocha – Urbina – Cevallos – Ambato
viernes a domingos & feriados

El Tren del Hielo combina paisaje, cultura y compras en un viaje que nos lleva desde el templado valle de Ambato hasta el páramo de Urbina, a más de 3600 metros en las faldas del Chimborazo. Allí nos espera Baltazar Ushca, el último hielero del Chimborazo, custodio de este oficio ancestral, y las confortables instalaciones del Refugio del Tren, para quienes quieran pernoctar en este lugar único.

Al retorno se visita Cevallos, con tiempo para compras en talleres de calzado y visitas a su comercio artesanal.

Nuestro Itinerario

- 07:30 Check in Estación de Ambato
- 08:00 Salida en autoferro
- 09:15 Llegada a Mocha
- 10:05 Salida en tren a Urbina
- 10:35 Llegada a Urbina – Café del Tren, Visita Centro de Interpretación del Hielo
- 12:05 Salida a Cevallos
- 13:05 Llegada a Cevallos – City tour, visita a emprendimientos / tiempo libre para almuerzo y actividades
- 16:15 Salida a Ambato
- 17:00 Llegada estación de Ambato

Fin de servicios.

¿Qué incluye? Boleto de tren, guía durante el viaje, snack en el Café del Tren en Urbina, entradas a atracciones y visitas como detalla el itinerario.
¿Qué es extra? Almuerzo o servicios no detallados en el itinerario.
*horarios sujetos a cambios con previo aviso.

Fuente; Tren Ecuador 10 de enero de 2017

En el cambio de itinerario, se notan cambios en el Cantón de Cevallos, pues al acortar el tiempo de estancia, se recortan también actividades como el tour y la visita al taller de artesanías, emprendedor que también desea abandonar su participación en la ruta, además que para esa fecha se dio el cambio de autoridades seccionales en los

municipios, y por petición del nuevo Alcalde de Cevallos, entra en escena la fábrica de caramelos artesanales.

Además de acuerdo a la divulgación del recorrido, hubo una mayor demanda para esta ruta, siendo necesario implementar otra unidad con mayor capacidad para realizar los viajes, es así la empresa toma la opción de que en Abril del 2016 se implementa poner en Ambato el tren panorámico con capacidad para 95 pasajeros que antes funcionaba con el Tren de la Excelencia a disposición de la ruta; escuelas y colegios inician ya sus giras de observación, teniendo como mayor ocupación excursiones estudiantiles hasta Julio 2016, donde solamente la parte sur de la línea férrea funcionaba (Ambato-Urbina), pero la necesidad de tener más rutas surgió.

Nace la ruta turística Tren de los Volcanes II, esto recortó los días de visita hacia la ruta del Hielo 2, pues la nueva ruta se haría los días jueves y domingo; Ambato se convirtió nuevamente en el punto de partida de la nueva ruta que se extiende hasta Latacunga y el Área Nacional de Recreación El Boliche, es así que el tren panorámico funcionó en estas rutas hasta el 15 de diciembre del 2016.

Para el año 2017 hubo un cambio en cuanto a la designación de la unidades férreas potestad de la Unidad de Operaciones de Tren Ecuador, el tren panorámico fue asignado hacia Riobamba, dejando con menos espacios de venta para las rutas de Ambato, teniendo nuevamente al Autoferro como unidad asignada, pues la operación desde la ciudad de Ambato siguió con las 2 rutas.

Suspensión de recorridos desde Ambato

La ruta suspendió su operación 1 mes aproximadamente, la unidad que transitaba tuvo una revisión mecánica, pero a finales del 2017 (navidad y fin de año), realizó un viaje especial en otra unidad (tren panorámico) debido a la demanda de pasajeros, no se dictamina en forma oficial que pasará el 2018 (Tren Ecuador, 2017).

2.5 HIPÓTESIS

La ruta turística “Tren del Hielo 2” impacta económicamente en los emprendedores.

2.6 SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE: Ruta turística “Tren del Hielo 2”

VARIABLE DEPENDIENTE: Impacto económico

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Es de carácter cuantitativo- cualitativo, en virtud de que se necesita obtener datos y cifras numéricas que reflejadas en materia económica (Blancas, Gonzáles, & Lozano, 2010) que nos permitan visualizar el impacto positivo o negativo que ha tenido la ruta “Tren del Hielo II” en los emprendedores.

3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Es de tipo descriptiva que comprende el registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos (Tamayo, 2003).

El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente, en razón de que se analizará y se determinará detalladamente los antecedentes, la situación actual y las posibles perspectivas que se han venido desarrollando a partir de este mega proyecto turístico Tren Ecuador.

Además será una investigación de campo, puesto que al basarnos sobre hechos reales es necesario llevar a cabo una estrategia que nos permita analizar la situación directamente en el lugar donde acontecen (Tamayo, 2003).

“Se entiende por investigación de campo, el análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos, o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos o en desarrollo. Los datos de interés son recogidos en forma

directa de la realidad; en este sentido se trata de investigaciones a partir de datos originales” (Tamayo, 2003).

Además consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variables alguna ya que a partir de la relación de la variable dependiente sobre la independiente se podrá establecer el impacto en la economía de los emprendedores de la ruta turística.

3.3 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La modalidad adoptada en este caso es de carácter bibliográfico pues se acudirá a diferentes contenidos relacionado a la temática de estudio y que se encuentran en diferentes libros, revistas, publicaciones, artículos científicos, entre otros (Saltaren, 2014).

También la presente investigación es de campo, hay que acudir a los escenarios reales donde se desarrollan las actividades turísticas directamente relacionadas con los emprendimientos de la ruta “Tren del Hielo 2”.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1 Población

El universo de la investigación está basado en los 20 emprendedores que conforman directamente la ruta del “Tren del Hielo 2” (ver tabla 7), además para complementar el trabajo investigativo y determinar la distribución de los recursos económicos que los turistas gastan en cada una de los destinos se ha tomado como muestra el número de pasajeros que recorrieron la ruta en el año 2017 y que corresponde a 5400 turistas; según datos proporcionados por la Empresa Ferrocarriles del Ecuador, Filial Centro matriz Quito.

Tabla 7
Emprendimientos de la ruta “Tren del Hielo 2”

| EMPRESARIOS | GRUPALES | UNIPERSONALES |
|--|---|--|
| CAFÉ DEL TREN (Guano) | Asociación Sumak Kausay | |
| PLAZA ARTESANAL (Guano) | Asociación mujeres tejedoras Guano | Sr. Alfonso Allauca Sra. Mónica Solís Sr. Gregorio Ushca |
| CAFÉ DEL TREN (Cevallos) | | Sra. Rosa Villacis |
| Artesanías Doña Anita GELARTE Chocotren (Cevallos) | | Sra. Anita Guamanguille Sr. Carlos Ocaña 2017 |
| Artesanías “La Quinta Estación” (Cevallos) | | Sra. Rosario Nuñez Sr. Gonzalo Pérez |
| Caramelo artesanal “Don Manuelito” (Cevallos) | | 2015 hasta 2017 Sr. Manuel Condo |
| GUSMAR Fábrica de calzado (Cevallos) | Asociación Calzafinca | 2013 hasta 2017 Sr. Gustavo Martínez |
| JOSEPH’MARC Fábrica de calzado (Cevallos) | Asociación Calzafinca | 2013 hasta 2017 Sra. Sonia Sulca |
| DULCIFRESA (Cevallos) | | 2013 hasta 2017 Ing. Maribel Valle Ing. Mayra López |
| Restaurante “Doña Rosita” (Cevallos) | | |
| Restaurante “Fogus” (Cevallos) | | Sra. Margarita Lopez |
| Restaurante “Descanso Real” (Cevallos) | | Sra. Myriam Pazmiño |
| Restaurante “Gran Conejo” (Cevallos) | | Lcda. Melida Porras |
| Restaurante “Super Cuy” (Cevallos) | Asociación de criadores de cuyes Agua Santa de Cevallos | |

Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Fuente: Salida de campo

3.4.2. Muestra

Solamente en caso de los turistas donde el número es de tamaño considerable se aplicará una fórmula estadística que nos permita obtener el tamaño de la muestra, con un nivel

de confianza del 95% y con un nivel de tolerancia de error de +/- 5%, en base a la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N(pq)}{(N-1) (E/K)^2 + (pq)}$$

En donde:

n = el tamaño de la muestra

N = la población (5400)

p.q = constante de probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia (0.25)

E= Error de muestreo (0.08)

K= Coeficiente de corrección del error (0.02)

Sustituyendo los valores tenemos:

$$n = \frac{5400(0,25)}{(5399) (0.08/0.02)^2 + (0.25)}$$

$$n = \frac{1350}{8,88}$$

$$n = 155,02$$

Por lo tanto se aplicarán 155 encuestas.

3.4.3. Temporalidad.

Con el fin de obtener una información completa y variada en el instrumento se incluyeron preguntas cerradas, de opción múltiple; la aplicación de la encuesta se realizó en el último mes del 2017.

3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLES

| VARIABLE INDEPENDIENTE: Ruta turística “Tren del Hielo 2” | | | | |
|--|--------------------|------------------------------------|--|--------------------------------|
| CONCEPTUALIZACIÓN | CATEGORÍA | INDICADORES | ÍTEMS | TÉCNICAS E INSTRUMENTOS |
| Es un producto turístico implementado por la Empresa Ferrocarriles del Ecuador donde se vincula a los emprendedores para mejorar su calidad de vida. | Producto turístico | Guianza Atractivos Servicios | ¿Cómo se enteró de la “Ruta Turística “Tren del Hielo 2”” Radio/Televisión____ Prensa Escrita____ Internet____ Recomendación Oral____ Otros____ ¿Por qué decidió viajar en esta Ruta? Vacaciones__ Cultura__ Compras__ Investigación__ Curiosidad__ ¿Qué le ha parecido en si toda la ruta ofertada? Superaron mis expectativas__ Estuvo bien____ No es lo que esperaba____ No me gustó __ ¿Qué atractivos deberían incrementarse en esta ruta turística? Danza____ Paseos Ecológicos____ Huertos frutales____ Granjas Interactivas____ O Ciclismo____ | Encuestas (cuestionario) |

| | | | | |
|--|-----------------|---|---|--|
| | | | Repetiría usted esta ruta turística en otra ocasión? En el tren___ Particularmente ___ No lo haría___ En base a esta experiencia quisiera conocer las otras rutas turísticas? Si___ No___ | |
| | Emprendedores | Oferta gastronómica Oferta artesanal | ¿En qué producto gastó más? Snacks___ Platos fuertes___ Souvenirs___ Ropa/calzado___ | |
| | Calidad de vida | Acceso a bienes y servicios | Incluyéndose usted, ¿Cuántas personas hicieron el viaje? ___ | |

Elaborado por: SANDOVAL J (2018)

VARIABLE DEPENDIENTE: Impacto económico

| CONCEPTUALIZACIÓN | CATEGORÍA | INDICADORES | ÍTEMS | TÉCNICAS E INSTRUMENTOS |
|--|-------------------------------------|---------------------------------|--|-------------------------|
| Es la acción directa e indirecta que se refleja en el aumento o disminución de la actividad comercial. | Acción directa | Incremento de mercadería | ¿En qué destino (Estación) gastó más dinero? Ambato____ Mocha____ Urbina____ Cevallos____ ¿Cuánto es el monto de su venta en promedio con la visita de los turistas? ____mensualmente | Encuesta (Cuestionario) |
| | Acción indirecta | Incidencia en proveedores | ¿Qué actividad comercial oferta en la ruta turística? Productor/Artesano____ O Comerciante____ ¿Qué cree que le hace falta para mejorar sus ingresos? Publicidad----- Mas mercadería----- Visitas de turistas----- Autogestión----- ¿Tiene otro ingreso comercial fuera de la ruta “Tren del Hielo 2”? _____ ¿Cree usted que su emprendimiento a mejorado gracias a la visita de los turistas? Si__ No__ No sabe__ ¿Cree usted que ha mejorado su calidad e vida gracias a esta Ruta Turística? Si__ No__ No sabe__ | |
| | Aumento/disminución de la actividad | Incremento de ventas y negocios | ¿Cuánto dinero destinó usted para este viaje, sin incluir los tickets del tren? _____ | |

| | | | | |
|--|-----------|--|---|--|
| | comercial | | <p>Su emprendimiento percibe más ganancia: ¿Hoy que pertenece a la Ruta?___ ¿Antes de pertenecer a la Ruta?___</p> <p>Su negocio es rentable: Por sí solo___ Por la vinculación a la Ruta Turística___</p> <p>¿Qué días tiene usted mayor cantidad de venta? Feriados---- Vacaciones escolares---- Semanas ordinarias-----</p> <p>Percibe usted que su emprendimiento ha tenido un impacto económico por pertenecer a la ruta turística “Tren del Hielo 2”? Positivo__ Negativo__</p> | |
|--|-----------|--|---|--|

Elaborado por: SANDOVAL J (2018)

3.6 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

| PREGUNTAS BÁSICAS | EXPLICACIÓN |
|-----------------------------------|---|
| 1. ¿Para qué? | Para conocer el impacto económico del movimiento turístico en los emprendedores |
| 2. ¿A qué personas vamos aplicar? | Emprendedores y turistas |
| 3. ¿Sobre qué aspectos? | Turísticos y Económicos |
| 4. ¿Quién? | Investigadora |
| 5. ¿Cuándo? | Tiempo pre establecido, último mes del año 2017 |
| 6. ¿En qué lugar? | Ruta “Tren del Hielo tramo 2” |
| 7. ¿Con que técnicas? | Entrevista y encuesta |
| 8. ¿Con que instrumentos? | Cuestionario estructurado |
| 9. ¿En qué situación? | Fin del viaje para turistas y citas agendadas con los emprendedores |

Elaborado por: SANDOVAL J. (2018)

3.7 PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Considerando esta dificultad se seleccionaron en la bibliografía algunos indicadores de turismo que se incorporaron dentro del objetivo específico tomado algunas referencias como: Dimensiones, Indicadores de sustentabilidad y criterios de análisis propuesto por Klein Vielhauer en el 2009 (Macário de Oliveira, Pasa, & Atalde, 2013) y la metodología aplicada por varios autores en el estudio de sostenibilidad del turismo rural mediante indicadores sintéticos (Pérez, y otros, 2009), ver figura 17.

Figura 17
Sistema de indicadores de sostenibilidad turístico para zonas rurales

| | | | |
|-------------------------|-----------------|--|----------|
| INDICADORES SOCIALES | I ₁ | Número de centros de documentación públicos por habitante | Positivo |
| | I ₂ | Número de instalaciones deportivas por habitante | Positivo |
| | I ₃ | Número de centros de salud por habitante | Positivo |
| | I ₄ | Número de transportes de uso público por habitante | Positivo |
| INDICADORES ECONÓMICOS | I ₅ | Duración media de la estancia en la zona | Positivo |
| | I ₆ | Número de sitios o estructuras que reúnen las condiciones que reciben algún tipo de designación (sitio histórico, monumento, jardín histórico, etc.) por Km ² | Positivo |
| | I ₇ | Nivel de satisfacción global de los visitantes | Positivo |
| | I ₈ | Llegadas de turistas en el mes de máxima afluencia. | Positivo |
| | I ₉ | Proporción entre el número de turistas en el mes de máxima y mínima afluencia | Negativo |
| | I ₁₀ | Proporción de los puestos de trabajo en temporada alta respecto a temporada baja | Negativo |
| | I ₁₁ | Cantidad de empleo generado por el sector turístico | Positivo |
| | I ₁₂ | Número total de turistas recibidos | Positivo |
| | I ₁₃ | Gasto por turista | Positivo |
| | I ₁₄ | Gama de servicios turísticos que se ofrecen en el destino | Positivo |
| | I ₁₅ | Porcentaje de rutas de acceso en buenas condiciones para el uso turístico | Positivo |
| INDICADORES AMBIENTALES | I ₁₆ | Extensión en Km de áreas naturales protegidas | Positivo |
| | I ₁₇ | Consumo total per cápita de energía (todas las fuentes) | Negativo |
| | I ₁₈ | Porcentaje de consumo energético de recursos renovables | Positivo |
| | I ₁₉ | Volumen de agua consumida (o litros por turista) | Negativo |
| | I ₂₀ | Volumen de agua reutilizada | Positivo |
| | I ₂₁ | Cantidad total de residuos recogidos por persona al año atribuible al turismo | Negativo |
| | I ₂₂ | Cantidad de vidrio reciclado en la zona por persona al año | Positivo |
| | I ₂₃ | Erosión del suelo | Negativo |
| | I ₂₄ | Número de turistas por metro cuadrado del sitio | Negativo |

Fuente: Revista Investigación Operacional 2009

En base a estos indicadores se realizó un compendio de criterios, generando los indicadores que se tomarían a consideración para este estudio investigativo, formando 3 matrices, que ayudarían a obtener la información planteada en los objetivos, así obtuvimos indicadores aplicados a la encuesta de los turistas (ver tabla 8), otro para la entrevista de los emprendedores (ver tabla 9) y finalmente los indicadores que obtendrían información de las instituciones vinculadas a la ruta turística (ver tabla 10).

Tabla 8
Indicadores aplicados a la encuesta de los turistas

| Indicador | Elementos que la componen | Definición | Fuente de información |
|--|--|---|------------------------------|
| Presencia de la ruta en el mercado comercial | Medios de comunicación y difusión que ofertan la ruta turístico en el país | Permite conocer el medio por el cual la ruta tiene mayor difusión ante sus clientes | Encuesta |
| Percepción para decidir un viaje | Elementos que influyen subjetiva de los turistas cuando deciden movilizarse turísticamente | Nos indican el criterio por el cual cada individuo decide viajar | Encuesta |
| Número de visitantes por ruta | Número de visitantes Número de asientos disponibles en unidad | Nos indican el numero promedio de visitantes que tiene la ruta turístico | Encuesta |
| Cantidad de dinero asignado al viaje | Promedio de dinero por grupo familiar | Permite visibilizar el circulante en la ruta turístico | Encuesta |
| Población beneficiada económicamente por la ruta | Ciudades que son visitadas en la ruta | Nos indican la proporción económica que recibe cada ciudad que es recorrida por los turistas | Encuesta |
| Gasto por turista | \sum de gastos de los turistas en el periodo de tiempo X turistas que visitaron el lugar en el tiempo X | Nos indica el gasto promedio de un turista en el sitio en un período X | Encuesta |
| Nivel de satisfacción de los visitantes | turistas que le dan calificación X total de turistas encuestados | Nos indican el nivel de satisfacción (calificación X) que tiene el usuario del sitio visitado | Encuesta |
| Cambio de atractivos | Opciones para incrementar los atractivos de la ruta | Nos indica las opciones a implementarse en el mercado turístico local | Encuesta |
| Fidelización del cliente | opciones de retorno hacia la ruta en sí, contando con respuesta positivas | Nos indica la posibilidad positiva de fidelizar al cliente localmente | Encuesta |
| Fidelización del cliente empresa | opciones de retorno hacia la ruta en sí, contando con respuesta positivas | Nos indica la posibilidad positiva de fidelizar al cliente a nivel nacional | Encuesta |

Elaborado por: Sandoval J (2017)

Tabla 9
Indicadores que se aplicaran a entrevista de emprendedores

| Indicador | Definición | Fuente de información |
|---|---|------------------------------|
| Permanencia de negocio en el mercado | Nos da a conocer el tiempo de la creación y acción en el mercado comercial y laboral | Entrevista |
| Colaboración comercial entre empresas | Nos da a conocer si el emprendimiento se formó antes de la creación de la ruta turística o nació por la demanda turística existente | Entrevista |
| Vinculación a la ruta turística | Nos da a conocer convenios institucionales en pro de acciones comerciales beneficiosas mutuas | Entrevista |
| Clasificación de actores comerciales | La vinculación de la población económicamente activa no tiene segregación alguna, todos pueden participar | Entrevista |
| Ingresos económicos al emprendimiento | Se conoce el ingreso real de dinero al emprendimiento | Entrevista |
| Temporada de mayor ingresos económicos | Se distingue las temporadas que dejan mejores dividendos | Entrevista |
| Proporción entre el número de años de máxima y mínima | Se define en que año hubo mejores ingresos por la presencia de turistas | Entrevista |
| Identificación de estrategias productivas | Nos indica cual es la forma de incrementar sus ingresos económicos | Entrevista |
| Actividades comerciales conjuntas | Identifica la actividad comercial libre fuera del servicio turístico | Entrevista |
| Percepción de ganancias por vinculación | Conocer su satisfacción con el trabajo vinculado a la ruta turística por ingreso de dinero pre y post Tren | Entrevista |
| Rentabilidad de negocio | Conocer su satisfacción con el trabajo vinculado a la ruta turística por ingreso de dinero pre y post Tren | Entrevista |
| Calidad de vida mejorada | Nos indica la posibilidad positiva de un mejoramiento de la calidad de vida sea social, económica o productiva de su emprendimiento al vincularse a la actividad turística si fuera el caso | Entrevista |
| Percepción de beneficio económico | Identifica si el impacto es negativo o positivo en beneficio del emprendimiento | Entrevista |
| Fidelización de emprendedor | Nos da a conocer la fidelización y comprometimiento del emprendedor hacia la empresa en convenio | Entrevista |

Elaborado por: Sandoval J (2017)

Tabla 10
Indicadores para instituciones vinculadas a la ruta turística “Tren del Hielo 2”

| Indicador | Elementos que la componen | Definición | Fuente de información |
|---|--|--|--|
| Mes de llegada de mayor afluencia | Se tabula cada visitantes por mes de llegada y el mayor mes nos indica que es el de mayor afluencia | Permite visibilizar el mes de mayor llegada a un sitios determinado | Registro Tren Ecuador |
| Promedio entre el número de turistas en el mes de máxima y mínima | Número de turistas en el mes de mayor afluencia en el año X Número de turistas en el mes de menor afluencia en el año X | La relación de proporción del mayor mes de afluencia de turistas, respecto al de menor llegada | Registro Tren Ecuador Registro Tren Ecuador |
| Cantidad de empleo generados en la ruta turística | # de personas empleadas en el momento | Nos indica cuantas personas se han incorporado al mercado laboral activo | Registro Tren Ecuador GAD |
| Número total de turistas recibidos | Σ de personas que han visitado el lugar en el período X | Nos indica cuantas personas han visitado el lugar en el tiempo X | Registro Tren Ecuador |
| Gama de servicios turísticos que se ofrece en el destino | Inventario de los servicios turísticos | Nos indica el catálogo de productos para un turista | Registro Tren Ecuador |
| Establecimientos turísticos generales | Empresas creadas por el turismo o relacionadas | Generación de emprendimientos por actividad turística | Registro Tren Ecuador GAD |
| Recursos destinados anualmente a la conservación y mantenimiento de bienes culturales | Gasto de Municipalidades Gasto de Tren Ecuador | Nos indica el porcentaje económico que se invierte en mantenimiento de la ruta turística | a) Municipalidades a) Tren Ecuador |

Elaborado por: Sandoval J. (2017)

Cuando se tuvo el compendio de los datos que se pretendía obtener con la aplicación de los instrumentos, aplicable a la investigación, se realizó la elaboración de encuestas (Ver anexo a) y entrevistas (Ver anexo b), redactando el formulario y posteriormente informando a la Empresa Tren Ecuador sobre su futura implementación en campo, además se hizo la validación correspondiente de los instrumentos para su aplicación pero en maneras diferentes.

- Para los turistas se fijó una fecha por parte de la Empresa Tren Ecuador para que los turistas pudieran responder a ella, siendo el final del viaje el momento preciso de aplicarla. La fecha seleccionada fue el feriado de Navidad y Año nuevo.
- En cambio para los emprendedores se agendaron citas con cada uno de ellos en un periodo simultaneo pero no en las fechas ni el tiempo con los turistas, cada entrevista fue grabada y posteriormente redactada, tabulada e interpretada.
- Los indicadores económico que también se debía investigar se hizo un acercamiento mediante oficios hacia los técnico de cada entidad pública, obteniendo datos valiosos sobre el tema a investigar (ver anexo c)

3.7 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Revisión crítica de la información recogida, es decir limpieza de la información recogida contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.

- Repetición de recolección en ciertos casos individuales para corregir fallas de ejecución de la encuesta
- Tabulación de la información recogida

-

3.7.1 Análisis e interpretación de resultados

-

- Análisis de los resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis
- Interpretación de los resultados
- Comprobación de la hipótesis o pregunta directriz
- Establecimiento de las conclusiones y recomendaciones

CAPÍTULO IV

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Para obtener datos que coadyuven a la investigación, se utilizó a la encuesta como instrumentos de investigación, una dirigida hacia los pasajeros de la ruta turística “Tren del Hielo 2” y otra, hacia los emprendedores que constituyen la cadena de servicios; estos instrumentos de evaluación fueron validados cualitativamente y contaron con el aval de las partes implicadas en este proyecto turístico tal como la Empresa Pública Ferrocarriles del Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC y docentes de la Universidad Técnica de Ambato.

De la revisión hecha por los expertos surgieron algunas observaciones sobre las opciones de respuesta, incrementándose y modificando de acuerdo a lo requerido por cada experto.

Para obtener la información del grupo de emprendedores relacionados a la ruta turística, se utilizó una encuesta de 15 preguntas, cuyo enfoque es conocer su actividad comercial y su estado de satisfacción en cuanto a pertenecer a esta ruta turística.

De la misma manera se hizo un acercamiento a la Empresa Pública Ferrocarriles del Ecuador y a la Municipalidad de Cevallos para obtener los indicadores económicos que aportan también para la información que se investiga.

Se hace una descripción estadística de la encuesta aplicada a los turistas, donde consta el valor mínimo, medio y máximo.

Tabla 11

Estadísticos descriptivos

| ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS | | | | | | | | | |
|---------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|--------------|-----------|--------------|
| | Numero | Mínimo | Máximo | Media | Desv. típ. | Asimetría | | Curtosis | |
| | Estadíst. | Estadíst. | Estadíst. | Estadíst. | Estadíst. | Estadíst. | Error típico | Estadíst. | Error típico |
| Promoción de la ruta | 155 | 1,00 | 5,00 | 3,3548 | ,82762 | -,745 | ,195 | ,596 | ,387 |
| Motivo de viaje | 155 | 1,00 | 5,00 | 2,2839 | 1,75349 | ,802 | ,195 | -1,233 | ,387 |
| Gasto por estación | 155 | 2,00 | 4,00 | 3,7742 | ,43467 | -1,562 | ,195 | 1,116 | ,387 |
| Gasto por producto | 155 | 2,00 | 5,00 | 3,2129 | ,63437 | ,256 | ,195 | ,250 | ,387 |
| Nivel de satisfacción | 155 | 1,00 | 4,00 | 3,2323 | ,95223 | -,939 | ,195 | -,293 | ,387 |
| Nuevos atractivos | 155 | 1,00 | 5,00 | 2,5161 | 1,22927 | ,164 | ,195 | -,897 | ,387 |
| Fidelización ruta | 155 | 1,00 | 3,00 | 1,6581 | ,56337 | ,123 | ,195 | -,703 | ,387 |
| Fidelización cliente | 155 | 1,00 | 2,00 | 1,0452 | ,20833 | 4,424 | ,195 | 17,798 | ,387 |
| N válido (según lista) | 155 | | | | | | | | |

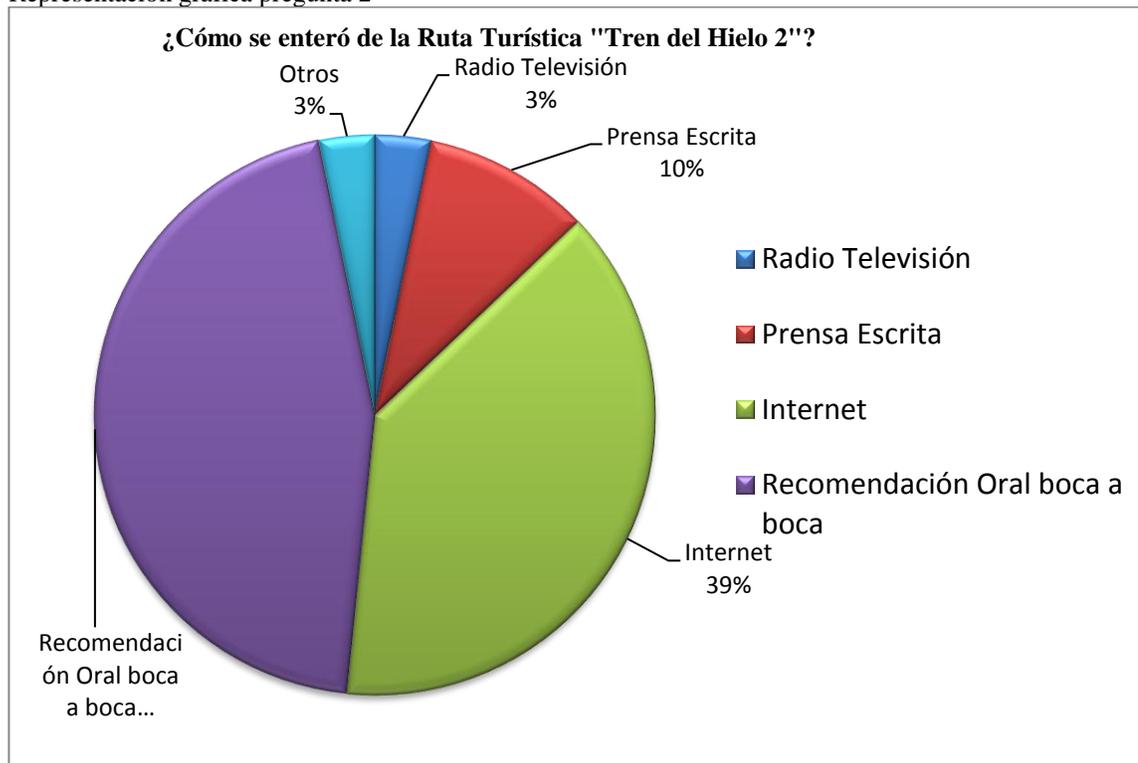
4.1.1 ENCUESTA A TURISTAS

Tabla 11
Tabulación Pregunta 1

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--|------------|------------|
| Radio Televisión | 5 | 3,2 |
| Prensa Escrita | 15 | 9,7 |
| Internet | 60 | 38,7 |
| Válidos Recomendación Oral boca a boca | 70 | 45,2 |
| Otros | 5 | 3,2 |
| TOTAL | 155 | 100 |

Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Gráfico 2
Representación gráfica pregunta 2



Interpretación.- El entorno en el que se desarrolla la ruta, siendo su punto de partida Ambato, ha sido la divulgación oral de quienes ya hicieron este recorrido hacia quienes aún lo desconocen la mejor forma de que se promocióne esta ruta turística ; además gracias a la constante innovación de la tecnología y su manejo en cualquier rango generacional, la segunda opción de promoción ha sido el internet; dejando a los medios tradicionales como radio, televisión y prensa escrita lejos de ser una fuente de promoción para la ruta turística.

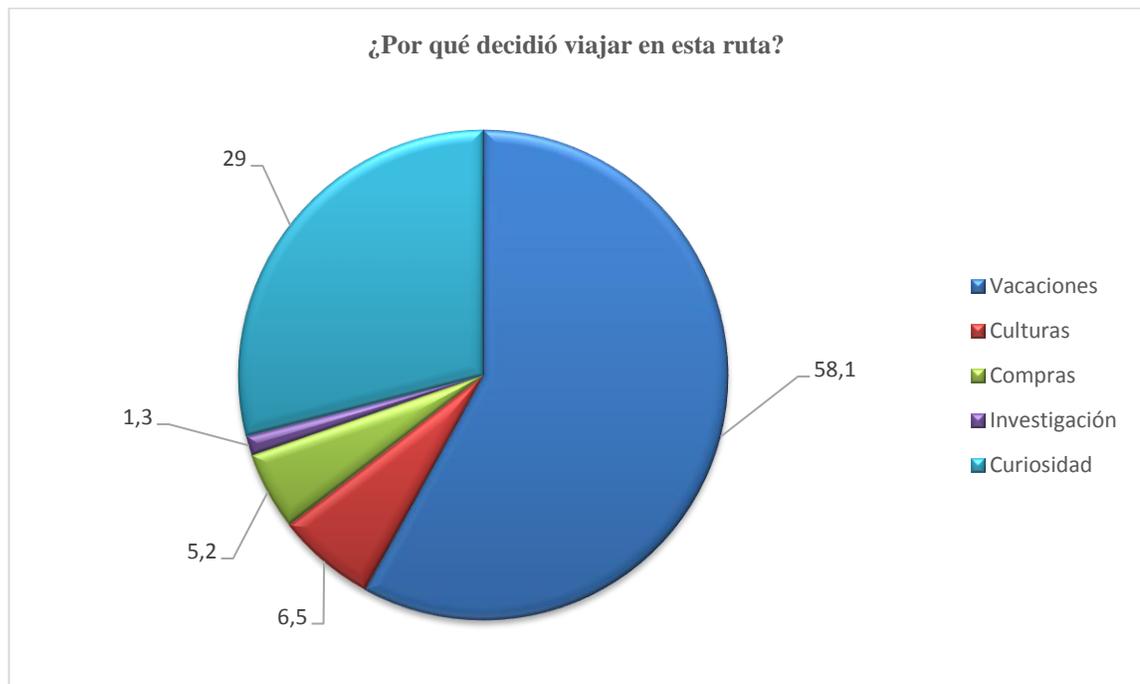
Tabla 12
 Tabulación Pregunta 2

Pregunta 2.- ¿Por qué decidió viajar en esta ruta?

| | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------|------------|------------|
| Vacaciones | 90 | 58,1 |
| Culturas | 10 | 6,5 |
| Compras | 8 | 5,2 |
| Investigación | 2 | 1,3 |
| Curiosidad | 45 | 29,0 |
| Total | 155 | 100,0 |

Elaborado por: SANDOVAL J (2017)

Gráfico 2
 Representación gráfica pregunta 2



Elaborado por: SANDOVAL J (2017)

Interpretación.- Son las vacaciones de temporada lo que motiva a las personas a viajar, esta encuesta se realizó en el feriado de navidad y fin de año, seguido esta la curiosidad sobre conocer otros parajes y recorridos del proyecto Tren Ecuador y otro ámbito importante también nos aclara que el objetivo de viajar es conocer sobre la cultura que se da alrededor de la ruta turística.

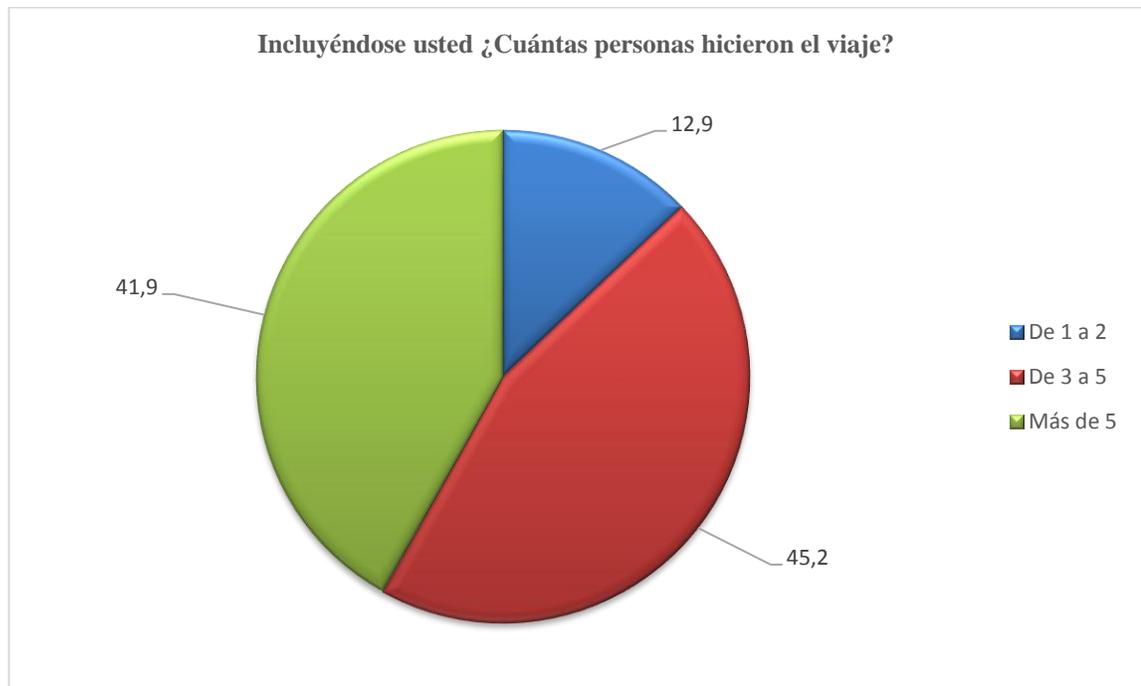
Tabla 13
 Tabulación Pregunta 3

Pregunta 3.- Includyéndose usted ¿Cuántas personas hicieron el viaje?

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|----------|------------|------------|
| Válidos | De 1 a 2 | 20 | 12,9 |
| | De 3 a 5 | 70 | 45,2 |
| | Más de 5 | 65 | 41,9 |
| | Total | 155 | 100,0 |

Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Gráfico 3
 Representación gráfica pregunta 03



Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Interpretación.- Por lo general son los miembros de una familia promedio (3 a 5 pasajeros) quienes realizan el recorrido turístico Tren del Hielo tramo 2, los pasajeros que viajan en menor número constituyen generalmente a pasajeros extranjeros (mochileros) o parejas que hacen la ruta.

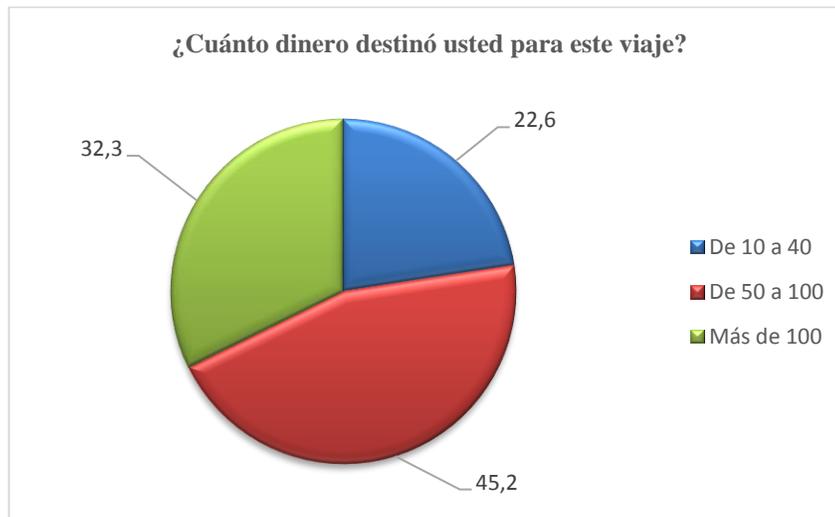
Tabla 14
 Tabulación Pregunta 4

Pregunta 4.- ¿Cuánto dinero destinó usted para este viaje?

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|-------------|------------|------------|
| Válidos | De 10 a 40 | 35 | 22,6 |
| | De 50 a 100 | 70 | 45,2 |
| | Más de 100 | 50 | 32,3 |
| | Total | 155 | 100,0 |

Elaborado por: SANDOVAL J. (2018)

Gráfico 4
 Representación gráfica pregunta 04



Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Interpretación. - El valor del tiquete es de \$16,80 por persona en el que tienen incluido: la guianza, viaje ida y vuelta, un refrigerio en la estación de Urbina, visita a los sitios turísticos y asistencia personalizada durante el viaje; por lo que el promedio e gastos va desde 50 a 100 dólares; pues los otros gastos que amerita un viaje turístico no está cubierto, tal como almuerzo, bebidas, souvenir, entre otros.

Tabla 15
 Tabulación Pregunta 5

Pregunta 5.- ¿En qué destino estación gastó más dinero?

| | Frecuencia | Porcentaje | |
|---------|------------|------------|-------|
| Válidos | Ambato | 8 | 5,2 |
| | Mocha | 8 | 5,2 |
| | Urbina | 8 | 5,2 |
| | Cevallos | 131 | 84,5 |
| | Total | 155 | 100,0 |

Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Gráfico 5
 Representación gráfica pregunta 05



Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Interpretación.- El itinerario del recorrido, determina un lapso de tiempo para la permanencia de los turistas en cada atractivo y por ende en cada ciudad (Estación), siendo la Ciudad de Cevallos la que tiene una estadía más alargada en todo el recorrido, pues en este lugar se permanece por 3 horas, durante el cual los turistas visitan los emprendimientos municipales con sus respectivas tiendas, por lo cual es el destino con mayor captación de dinero de toda la ruta turística.

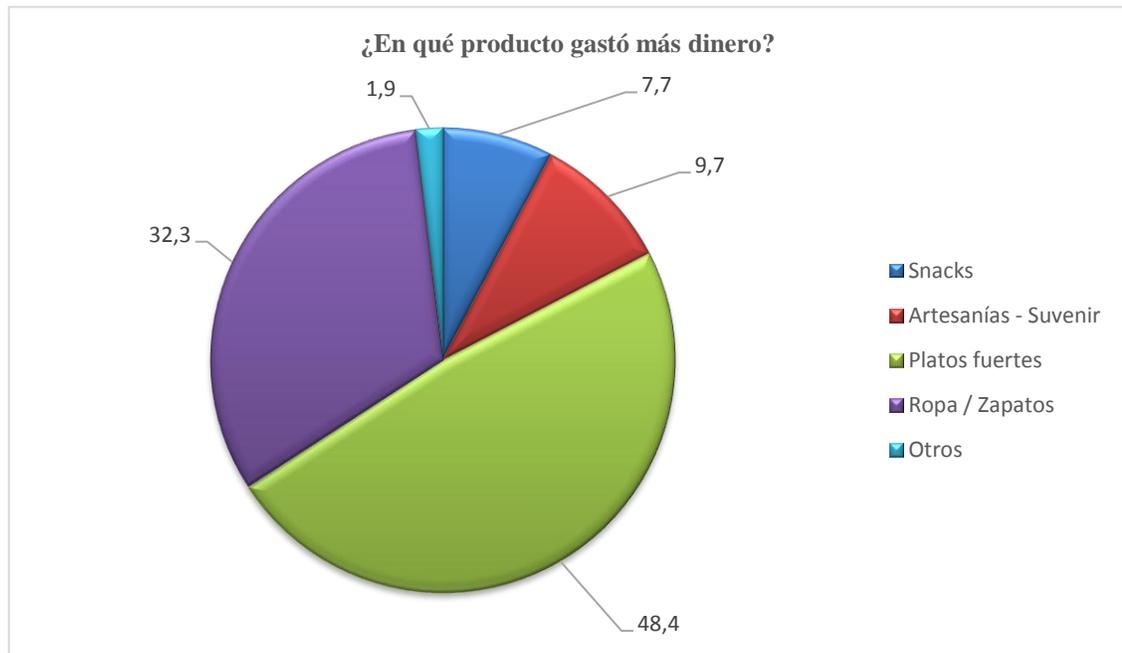
Tabla 16
 Tabulación Pregunta 6

Pregunta 6.- ¿En qué producto gastó más dinero?

| | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|------------|
| Válidos | | |
| Snacks | 12 | 7,7 |
| Artesanías - Suvenir | 15 | 9,7 |
| Platos fuertes | 75 | 48,4 |
| Ropa / Zapatos | 50 | 32,3 |
| Otros | 3 | 1,9 |
| Total | 155 | 100,0 |

Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Gráfico 6
 Representación gráfica pregunta 06



Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Interpretación.- Había mencionado lo que cubre el valor del ticket férreo, por lo cual el espacio que más preocupa por llamarlo así es su alimentación, es por ello que el mayor rubro está designado a los platos fuertes que se sirven en el almuerzo, beneficiando así a los restaurantes del Cantón Cevallos que pertenecen a la ruta turística.

Tabla 17
 Tabulación Pregunta 7

Pregunta 7.- ¿Que le ha parecido en si toda la ruta?

| | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------|------------|------------|
| Superó mis expectativas | 85 | 54,8 |
| Estuvo bien | 35 | 22,6 |
| Válidos No es lo que esperaba | 25 | 16,1 |
| No me gustó | 10 | 6,5 |
| Total | 155 | 100,0 |

Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Gráfico 7
 Representación gráfica pregunta 07



Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Interpretación.- El servicio que brinda la empresa turística provoca gran aceptación entre los turistas, pues siempre hay asistencia personalizada en todo el recorrido; pero la contraparte puede deberse a fallas mecánicas o imprevistos climáticos, pues ese 6% de no aceptación o disgusto viene por tiempo de espera en descarrilamientos, mal clima o daños mecánicos de la unidad y paralización del viaje en sí.

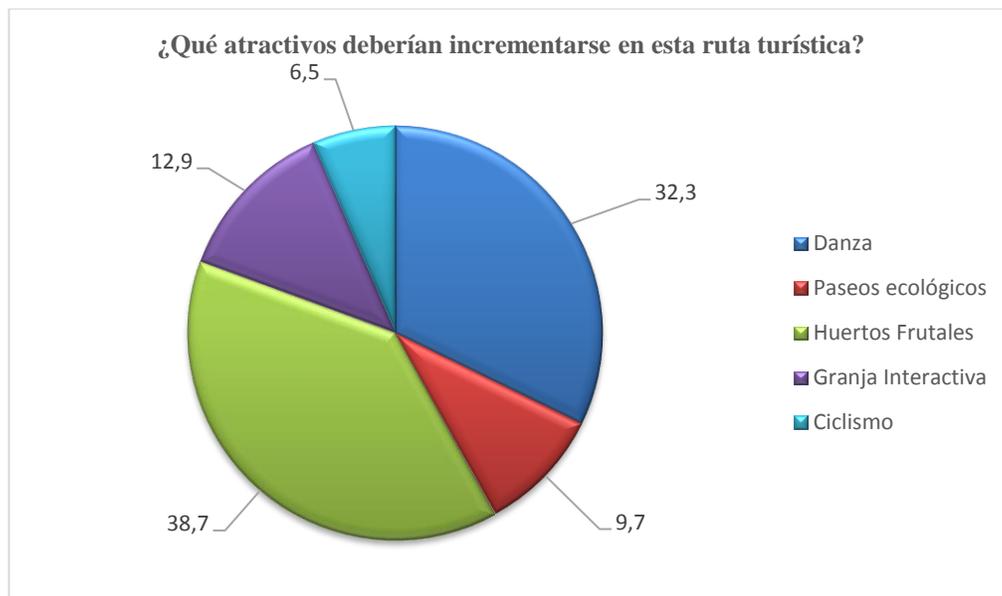
Tabla 18
 Tabulación Pregunta 8

Pregunta 8.- ¿Qué atractivos deberían incrementarse en esta ruta turística?

| | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Danza | 50 | 32,3 |
| Paseos ecológicos | 15 | 9,7 |
| Huertos Frutales | 60 | 38,7 |
| Granja Interactiva | 20 | 12,9 |
| Ciclismo | 10 | 6,5 |
| Total | 155 | 100,0 |

Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Gráfico 8
 Representación gráfica pregunta 08



Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Interpretación.- La ruta lleva 5 años en funcionamiento, pero han sido pocos los cambios generados en sus puntos de visita, y al tener pasajeros que realizan varias veces este recorrido, se necesita un cambio o implementación de atractivos, entre los cuales se considera la visita a huertos frutales como el más importante, pues en todo el recorrido son los huertos quienes más llaman la atención sobre todo en época de fruta.

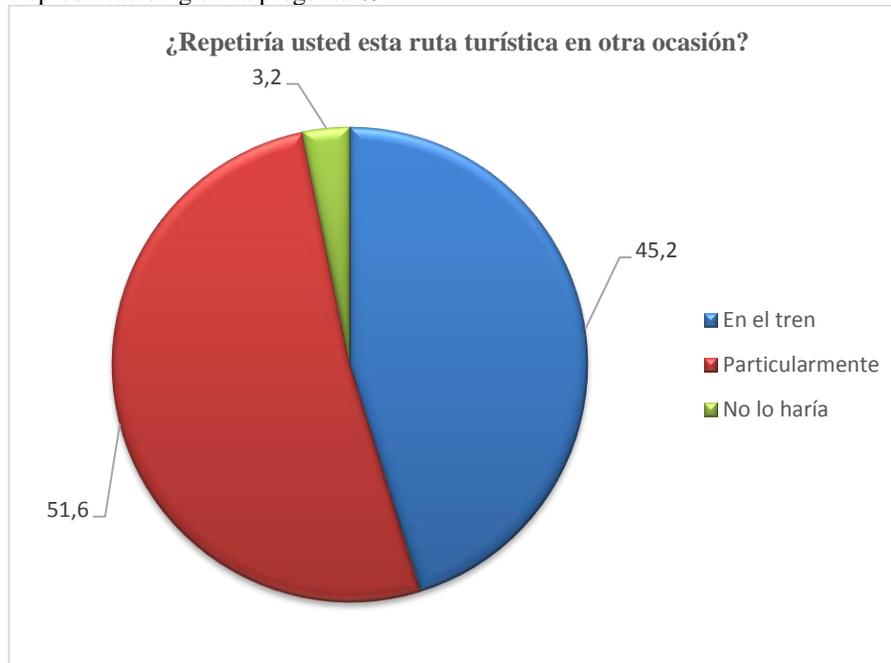
Tabla 19
Tabulación Pregunta 9

Pregunta 9.- ¿Repetiría usted esta ruta turística en otra ocasión?

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|-----------------|------------|------------|
| Válidos | En el tren | 70 | 45,2 |
| | Particularmente | 80 | 51,6 |
| | No lo haría | 5 | 3,2 |
| | Total | 155 | 100,0 |

Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Gráfico 9
Representación gráfica pregunta 09



Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Interpretación.- Mencione que existe la fidelización de clientes, pues hay muchos pasajeros que repiten la ruta con varios amigos y familiares, pero como el acceso a cada atractivo no es muy difícil, hay pasajeros que lo repetirán pero en forma particular, en sus propios vehículos, por sus propios medios, pero tomando como referencia el recorrido inicial de la ruta turística hecha por esta experiencia férrea.

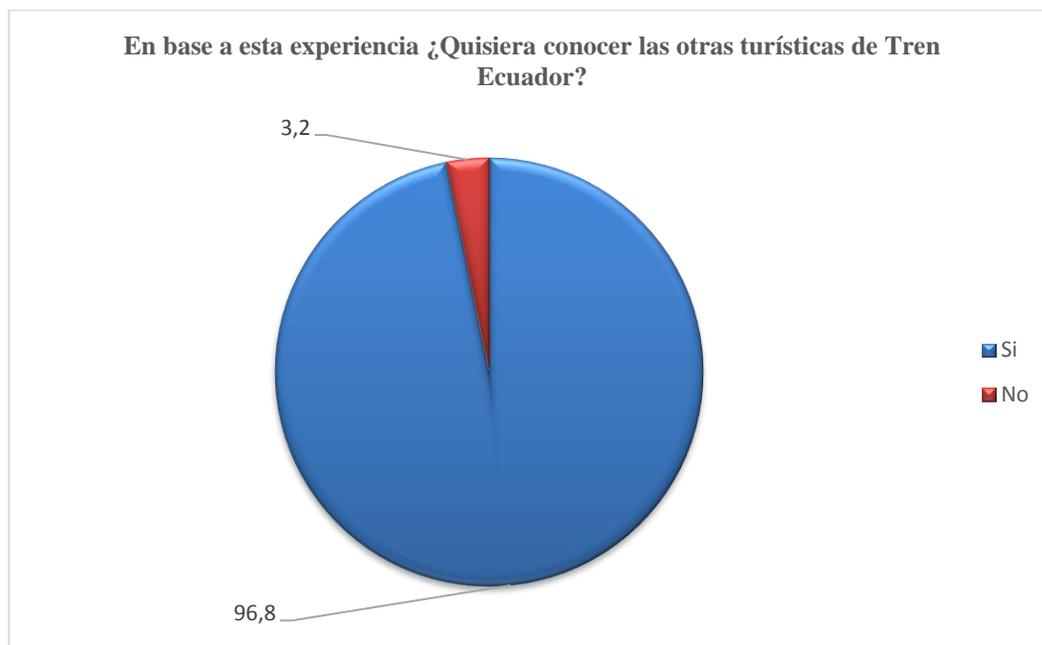
Tabla 20
Tabulación Pregunta 10

Pregunta 10.- En base a esta experiencia ¿Quisiera conocer las otras turísticas de Tren Ecuador?

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|-------|------------|------------|
| Válidos | Si | 150 | 96,8 |
| | No | 5 | 3,2 |
| | Total | 155 | 100,0 |

Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Gráfico 10
Representación gráfica pregunta 10



Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Interpretación.- En mayor número se presenta la aceptación y el cometido de conocer las otras rutas, pero debido a factores que indique anteriormente como fallas mecánicas, mal tiempo, descarrilamientos o suspensión de la ruta, los turistas no completan la ruta y desconocen todos sus atractivos y ello genera que, por esas anomalías el pasajero no quiera conocer las otras rutas de la empresa Tren Ecuador.

4.1.2. ENTREVISTA A LOS EMPRENDEDORES

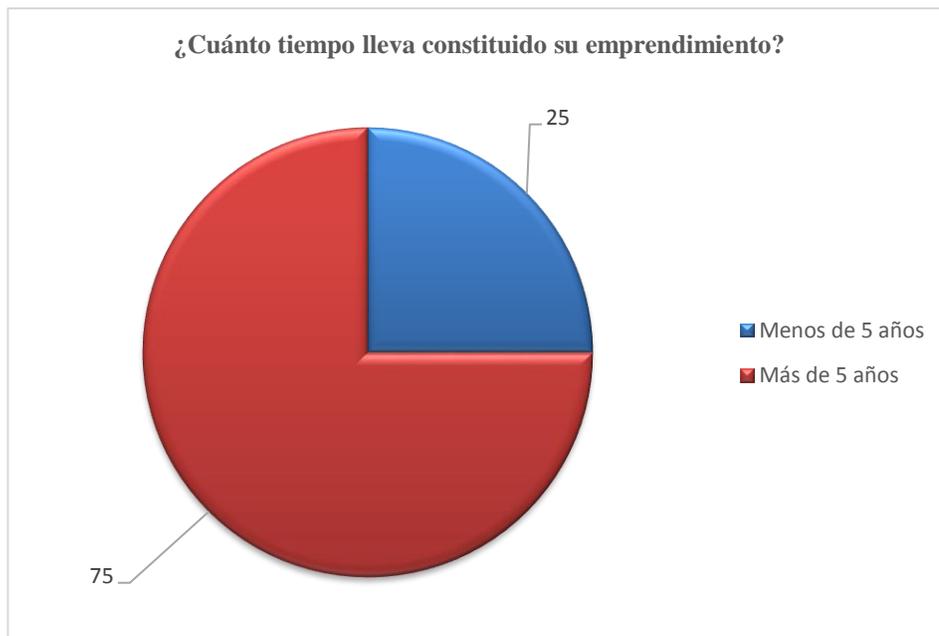
Tabla 21
Tabulación Pregunta 1

Pregunta 1.- ¿Cuánto tiempo lleva constituido su emprendimiento?

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|-----------------|------------|------------|
| Válidos | Menos de 5 años | 5 | 25,0 |
| | Más de 5 años | 15 | 75,0 |
| | Total | 20 | 100,0 |

Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Gráfico 11
Representación gráfica pregunta 01



Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Interpretación.- Son pocos los emprendimientos que llevan en funcionamiento menos de 5 años, pues el inicio de la ruta se dio desde Abril del año 2013 y varios emprendimientos se han constituido precisamente por la oportunidad de este proyecto turístico que llamo su atención.

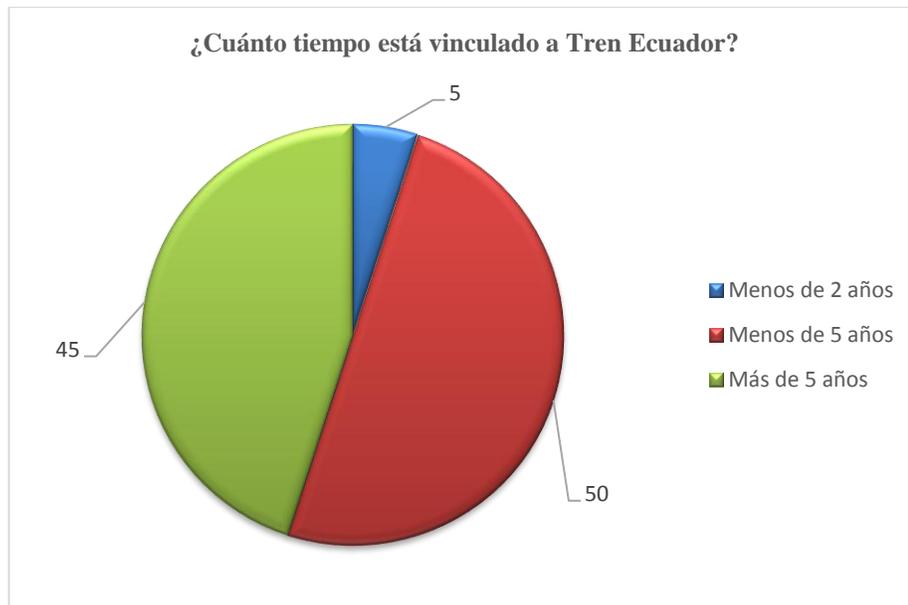
Tabla 22
 Tabulación Pregunta 2

Pregunta 2.- ¿Cuánto tiempo está vinculado a Tren Ecuador?

| | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|-----------------|------------|
| Válidos | Menos de 2 años | 1 |
| | Menos de 5 años | 10 |
| | Más de 5 años | 9 |
| | Total | 20 |
| | | 5,0 |
| | | 50,0 |
| | | 45,0 |
| | | 100,0 |

Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Gráfico 12
 Representación gráfica pregunta 2



Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Interpretación.- El funcionamiento de esta ruta turística fue desde 2013, pero hubo el acercamiento y la inducción para vincular a los emprendedores desde 2012, es por ello que existen emprendimientos que indican su pertenencia como mayor de 5 años, los demás fueron vinculándose los años venideros y únicamente hay 1 emprendimiento que se vinculó tardíamente, pues inicialmente se encontraba en la estación de Ambato y después optó por trasladarse hacia Cevallos bajo la supervisión del Municipio local.

Tabla 23
 Tabulación Pregunta 3

Pregunta 3.- ¿Por qué se vinculó a la ruta del “Tren del Hielo 2”?

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|-----------------|------------|------------|
| Válidos | Captar Clientes | 5 | 25,0 |
| | Mejorar ventas | 8 | 40,0 |
| | Publicidad | 7 | 35,0 |
| | Total | 20 | 100,0 |

Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Gráfico 13
 Representación gráfica pregunta 3



Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Interpretación.- Como mencione, la inducción para vincularse fue desde 2012, tanto por Tren Ecuador como por Municipalidades circundantes a la riel, los principales objetivos fueron a incrementar sus ingresos económicos indudablemente, fortaleciendo aspectos como mejorar sus ventas, captar cliente potenciales y obtener publicidad institucional.

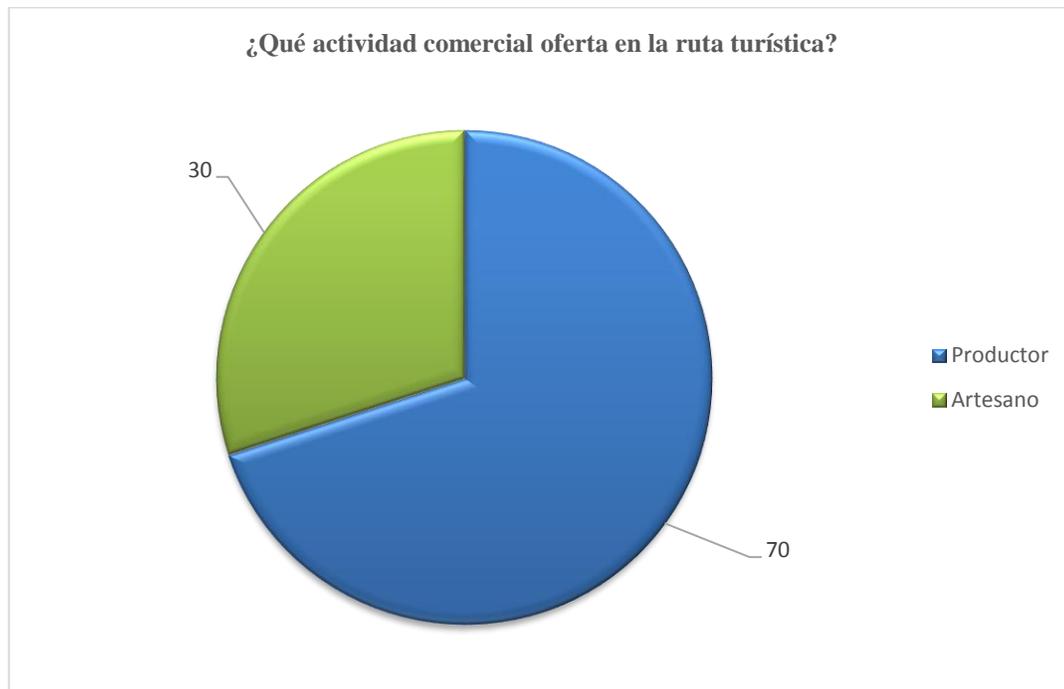
Tabla 24
Tabulación Pregunta 4

Pregunta 4.- ¿Qué actividad comercial oferta en la ruta turística?

| | Frecuencia | Porcentaje | |
|---------|-------------|------------|-------|
| Válidos | Productor | 14 | 70,0 |
| | Comerciante | 0 | 0 |
| | Artesano | 6 | 30,0 |
| | Total | 20 | 100,0 |

Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Gráfico 14
Representación gráfica pregunta 4



Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Interpretación. - Todos los emprendedores que están vinculados son artesanos calificados, son quienes elaboran sus propios productos para ofertarlos y venderlos en la ruta turista, generalmente lo comercializan directamente; entre los que se detallan son artesanías, calzado, alimentación entre otros.

Tabla 25
 Tabulación Pregunta 5

Pregunta 5.- ¿Cuánto es el monto de su venta promedio con la visita de los turistas?

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|----------------------|------------|------------|
| Válidos | Ropa y calzado \$500 | 2 | 10,0 |
| | Comida \$700 | 10 | 50,0 |
| | Artesanías \$60 | 8 | 40,0 |
| | Total | 20 | 100,0 |

Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Gráfico 15
 Representación gráfica pregunta 5



Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Interpretación.- Entre los emprendedores existen 3 segmentos definidos, artesanías, ropa y calzado y los emprendedores que mayor captación de dinero reciben son los que ofertan comida, tanto las cafeterías y restaurantes. Esta respuesta vincula a la pregunta 6 de la encuesta hecha a los turistas, pues denota claramente que el rubro que recibe más dinero es la comida, tanto en snacks, platos fuertes y postres.

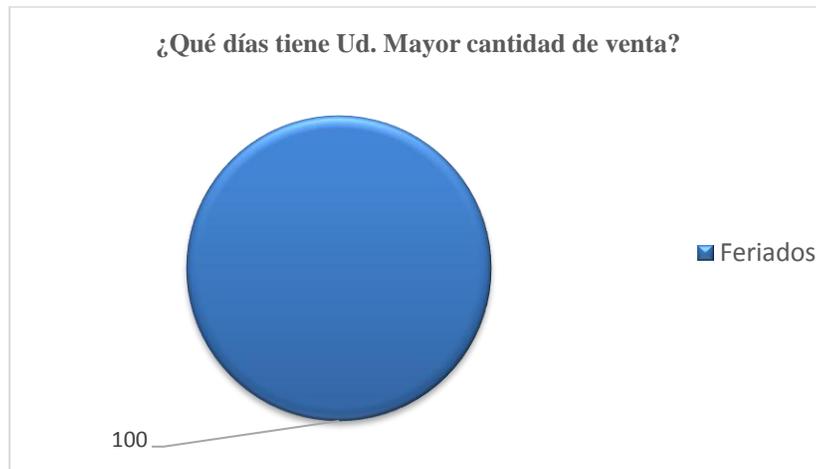
Tabla 26
Tabulación Pregunta 6

Pregunta 6.- ¿Qué días tiene Ud. Mayor cantidad de venta?

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|--------------------------|------------|------------|
| Válidos | Ferados | 20 | 100,0 |
| | Semanas ordinarias | 0 | 0 |
| | Vacaciones estudiantiles | 0 | 0 |
| | | | |

Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Gráfico 16
Representación gráfica pregunta 6



Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Interpretación.- Tren Ecuador oferta esta ruta turística “Tren del Hielo 2” los días viernes, sábado, domingo y feriados durante todo el año, más las campañas del Ministerio de Turismo enfocan a que se conozca anticipadamente y crearon el calendario de feriados a nivel nacional y local, esta medida gubernamental sin duda sirvió para formar en la ciudadanía la planificación de las vacaciones y debido a ello la opción de viajar en tren se llena pronto y con gran anticipación, teniendo en ocasiones la opción de tener un convoy con mayor capacidad por la demanda de pasajeros en estas fechas.

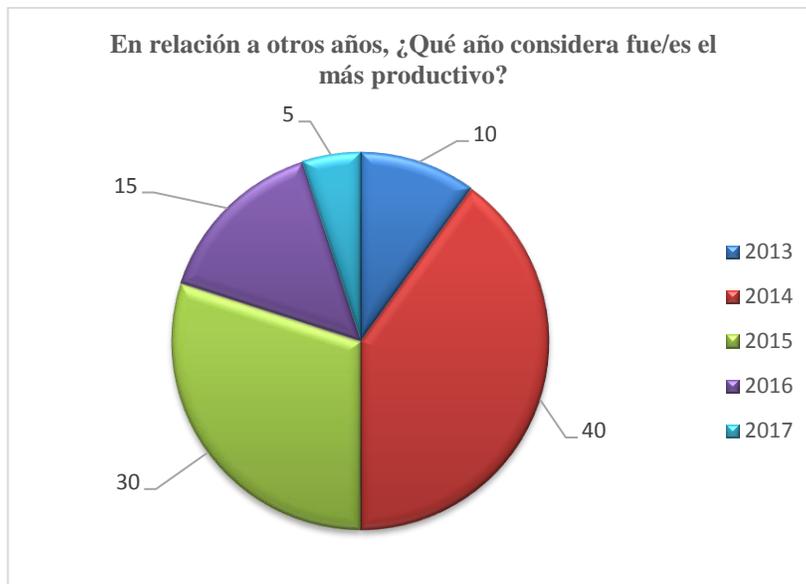
Tabla 27
Tabulación Pregunta 7

Pregunta 7.- En relación a otros años, ¿Qué año considera fue/es el más productivo?

| | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| 2013 | 2 | 10,0 |
| 2014 | 8 | 40,0 |
| 2015 | 6 | 30,0 |
| 2016 | 3 | 15,0 |
| 2017 | 1 | 5,0 |
| Total | 20 | 100,0 |

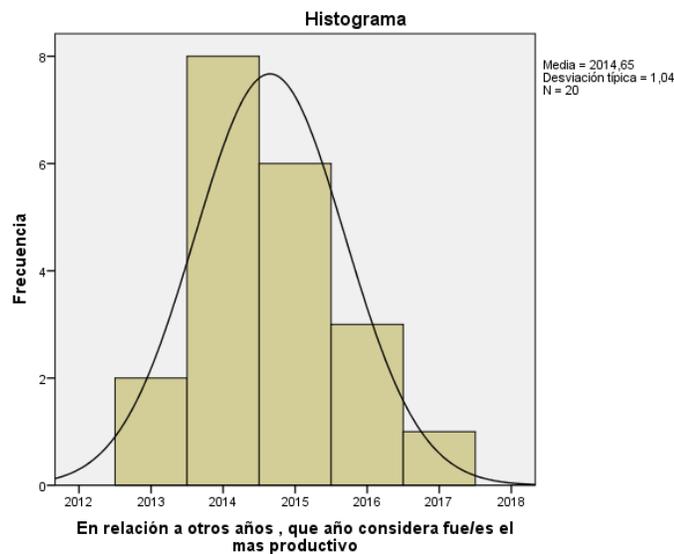
Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Gráfico 17
Representación gráfica pregunta 7



Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Gráfico 18
Representación gráfica pregunta 07



Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Interpretación.- En esta pregunta fue necesario implementar un histograma que ayude a describir mejor el fenómeno de percepción en cuanto al año más productivo, como indique el arranque de esta ruta como viaje fue en el mes de Marzo del 2013, y la mejor referencia de propagación del producto sin duda fue el popular boca a boca en el ámbito local, además que en los años donde existe más aceptación por los emprendedores tiene que ver también con los proyectos de viajes implementados por el Gobierno Nacional, tales como “Conciencia sobre rieles” dirigido a grupos vulnerables que visitaban los emprendimientos en mira de iniciar sus propios negocios, “El tren de la excelencia”, que transportaba a estudiantes de bachillerato, como premio a su excelencia académica.

La forma de la distribución es aproximadamente simétrica con respecto a la curva suavizada nos muestra una distribución en forma aproximada a una campana que en estadística se conoce como distribución normal, que no tiene mayor desviación, pues se comprende que el incremento de asistentes y ventas es conforme al avance del desarrollo del Proyecto turístico en el país

Tabla 28
 Tabulación Pregunta 8

Pregunta 8.- ¿Qué cree que le hace falta para mejorar sus ingresos?

| | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------|------------|------------|
| Publicidad | 6 | 30,0 |
| Más mercadería | 1 | 5,0 |
| Más visitas de turistas | 7 | 35,0 |
| Autogestión | 5 | 25,0 |
| Capital | 1 | 5,0 |
| Total | 20 | 100,0 |

Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Gráfico 19
 Representación gráfica pregunta 8



Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Interpretación.- La visita de turistas es importante en los emprendimientos, pues mejoran sus ventas y esto incrementa sus ingresos económicos, pero también dependen de la publicidad que se le dé a la ruta turística para el incremento de los visitantes.

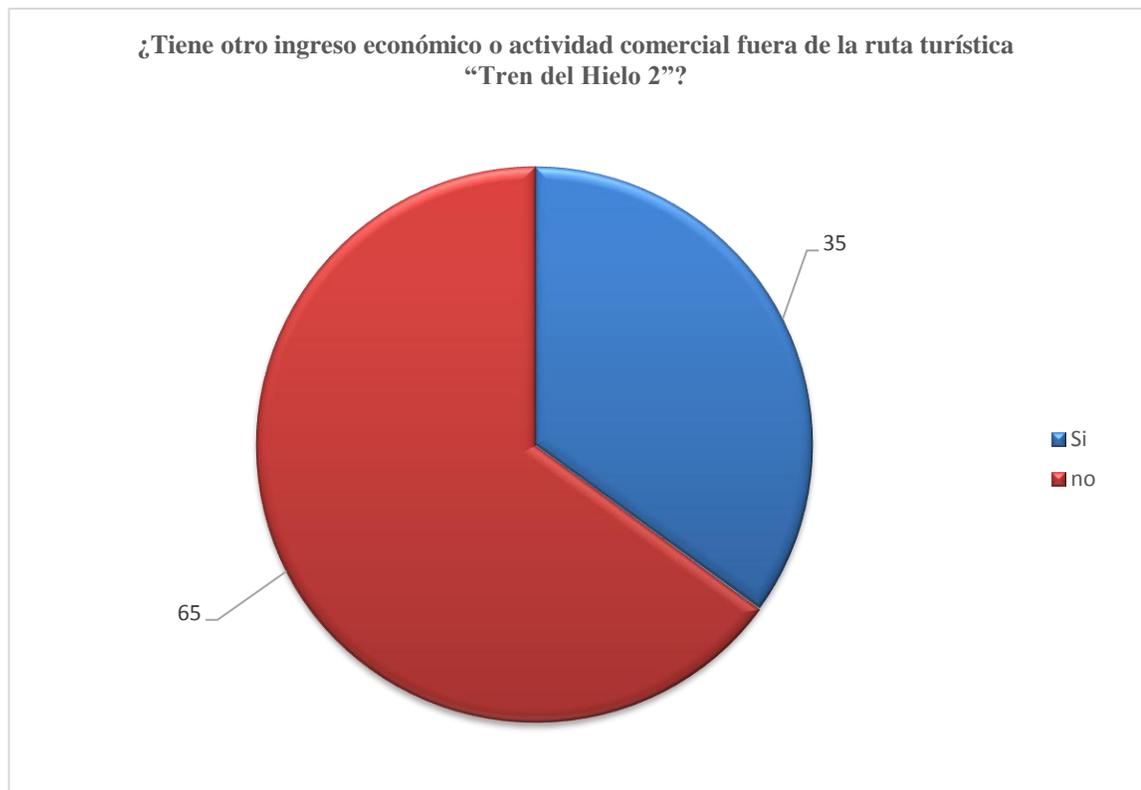
Tabla 29
Tabulación Pregunta 9

Pregunta 9.- ¿Tiene otro ingreso económico o actividad comercial fuera de la ruta turística “Tren del Hielo 2”?

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|-------|------------|------------|
| Válidos | Si | 7 | 35,0 |
| | no | 13 | 65,0 |
| | Total | 20 | 100,0 |

Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Gráfico 19
Representación gráfica pregunta 9



Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Interpretación.- Esta información resulta interesante, pues los emprendedores si tienen otra actividad económica que no se encuentra vinculada al turismo pero que contribuye a la economía de su hogar, pues las venta y el ingreso que genera la ruta turística no cubre todos los gastos, pero aporta significativamente a su economía.

Tabla 30
 Tabulación Pregunta 10

Pregunta 10.- Su emprendimiento percibe más ganancia: ¿Hoy que pertenece a la ruta o antes?

| | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------------------|------------|------------|
| Hoy que pertenece a la ruta | 11 | 55,0 |
| Válidos Antes de pertenecer a la ruta | 9 | 45,0 |
| Total | 20 | 100,0 |

Elaborado por: SANDOVAL J.(2017)

Gráfico 20
 Representación gráfica pregunta 10



Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Interpretación.- Hay ganancia inmediata, ganancia posteriori (enganche de clientes) o no genera ganancia para el emprendedor; la situación del país ha generado que los turistas realicen menos compras, es el ejemplo de las artesanías, tal como indica la pregunta 6 de la encuesta a turistas y son precisamente estos emprendimientos quienes observan que su situación económica era mejor antes de pertenecer al ruta turística.

Tabla 31
 Tabulación Pregunta 11

Pregunta 11.- Su emprendimiento es rentable: ¿Por si solo o por la vinculación a la ruta?

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|------------------------------|------------|------------|
| Válidos | Por si solo | 8 | 40,0 |
| | Por la vinculación a la ruta | 12 | 60,0 |
| | Total | 20 | 100,0 |

Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Gráfico 21
 Representación gráfica pregunta 11



Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Interpretación.- A pesar de haber indicado en las preguntas anteriores que la situación del país está mal, que las ganancias no son buenas, los emprendedores se mantiene en que su negocio se mantiene por la vinculación turística, pues aunque no sea el ingreso principal del hogar, el ingreso que reciben contribuye a su economía.

Tabla 32
Tabulación Pregunta 12

Pregunta 12.- ¿Cree Ud. que su emprendimiento ha mejorado gracias a la visita de los turistas?

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|-------|------------|------------|
| Válidos | Si | 14 | 70,0 |
| | No | 6 | 30,0 |
| | Total | 20 | 100,0 |

Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Gráfico 22
Representación gráfica pregunta 12



Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Interpretación.- Indudablemente la visita de más clientes obliga a sus propietarios a tener mejoras, muchas veces obligándolos a tener un espacio amplio y apropiado para la visita, mejorar la señalética, decoración o presentación; pues eso atrae y da una buena impresión hacia el turista del emprendimiento.

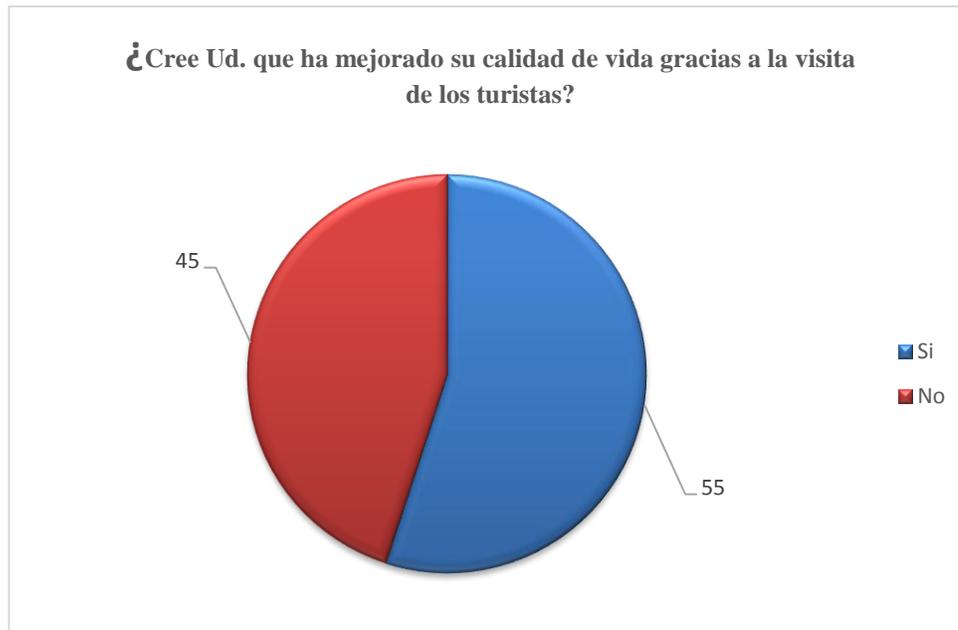
Tabla 33
Tabulación Pregunta 13

Pregunta 13.- ¿Cree Ud. que ha mejorado su calidad de vida gracias a la visita de los turistas?

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|-------|------------|------------|
| Válidos | Si | 11 | 55,0 |
| | No | 9 | 45,0 |
| | Total | 20 | 100,0 |

Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Gráfico 23
Representación gráfica pregunta 13



Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Interpretación.- Por el hecho mismo de dar una buena imagen de su emprendimiento a los turistas en forma física y de apariencia, esto también obliga a que el grupo de empleados y propietarios casi siempre miembros de la familia, mantengan un roce con los turistas, por lo que se amplía su círculo social, mejora el lenguaje al hacer negocios o brindar un servicio e involucra a todos quienes están en el emprendimiento, mejorando también su calidad de vida.

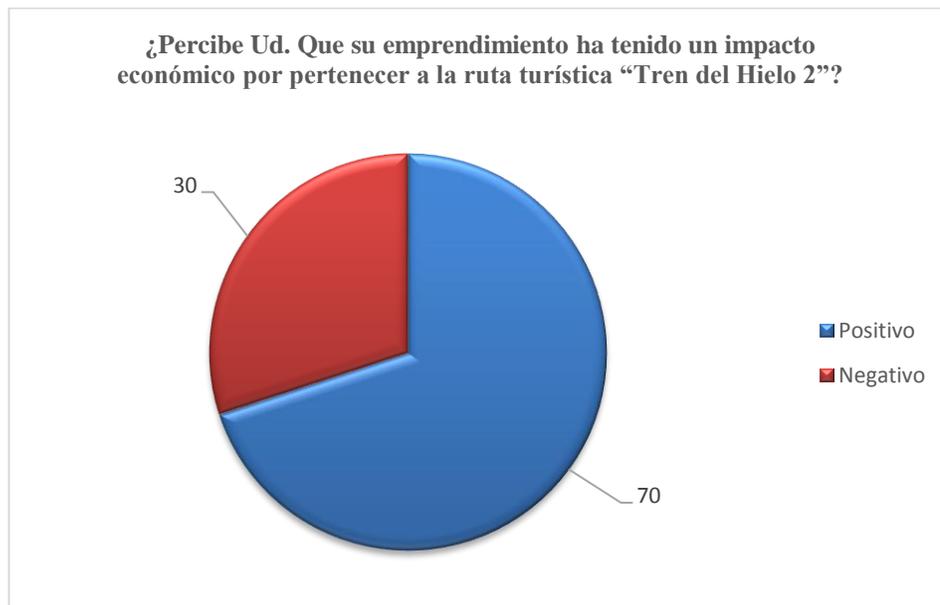
Tabla 34
Tabulación Pregunta 14

Pregunta 14.- ¿Percibe Ud. ¿Que su emprendimiento ha tenido un impacto económico por pertenecer a la ruta turística “Tren del Hielo 2”?

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|----------|------------|------------|
| Válidos | Positivo | 14 | 70,0 |
| | Negativo | 6 | 30,0 |
| | Total | 20 | 100,0 |

Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Gráfico 24
Representación gráfica pregunta 14



Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Interpretación.- El impacto económico es mayormente positivo, pero para otros emprendedores que dejaron de pertenecer a esta ruta considera que no fue tan significativo, entre ellos están algunos restaurantes y ventas de artesanías que ya no están actualmente vinculados a la ruta, aduciendo también que hubieron problemas personales que hicieron que tomen la decisión de abandonar el proyecto.

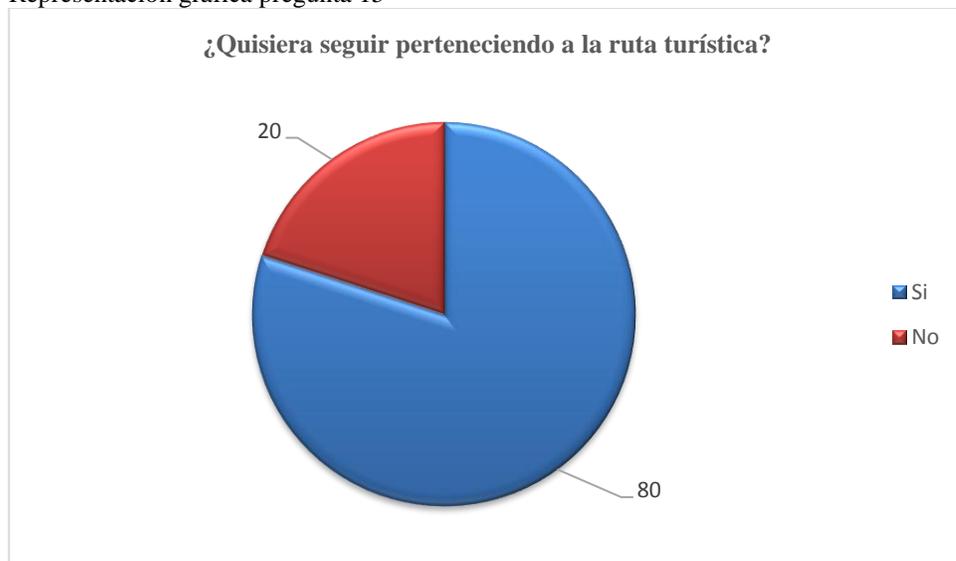
Tabla 35
Tabulación Pregunta 15

Pregunta 15.- ¿Quisiera seguir perteneciendo a la ruta turística?

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|-------|------------|------------|
| Válidos | Si | 16 | 80,0 |
| | No | 4 | 20,0 |
| | Total | 20 | 100,0 |

Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Gráfico 25
Representación gráfica pregunta 15



Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)

Interpretación.-En estos 5 años de funcionamiento de la ruta turística como indique han dejado de participar algunos emprendedores, y en su lugar han llegado otros para brindar el mismo servicio; en general la mayoría quiere seguir perteneciendo a este recorrido turístico mientras que quienes salieron no lo harían por no encontrar beneficios directos del turismo.

Al realizar la investigación en las instituciones que están relacionadas con la ruta “Tren del Hielo 2”, se obtuvo otros indicadores como empleos generados, número de turistas que recorren la ruta entre otros aspectos (ver tabla 36), Así podemos determinar aspectos relevantes de la ruta.

Tabla 36
Indicadores aplicados a las instituciones vinculadas a la ruta “Tren del Hielo 2”

| Indicador | Elementos que la componen | Fuente de información | RESULTADOS |
|---|---|------------------------------|--|
| Mes de llegada de mayor afluencia | Se tabula cada visitantes por mes de llegada y el mayor mes nos indica que es el de mayor afluencia | Registro Tren Ecuador | FEBRERO Feriado de carnaval |
| Promedio entre el número de turistas en el mes de máxima y mínima | Número de turistas en el mes de mayor afluencia en el año X | Registro Tren Ecuador | 1015 turistas (Febrero) |
| | Número de turistas en el mes de menor afluencia en el año X | Registro Tren Ecuador | 240 turistas (Abril) |
| Cantidad de empleo generados en la ruta turística | # de personas empleadas en el momento | Registro Tren Ecuador / GAD | 117 empleos |
| Número total de turistas recibidos | Σ de personas que han visitado el lugar en el período X | Registro Tren Ecuador | 5400 turistas Plaza artesanal, Museo del Tren, Cafetería del Tren , locales afines al recorrido |
| Gama de servicios turísticos que se ofrece en el destino | Inventario de los servicios turísticos | Registro Tren Ecuador | |
| Establecimientos turísticos generales | Empresas creadas por el turismo o relacionadas | Registro Tren Ecuador / GAD | 63 empresas creadas \$283,346,64 dólares de presupuesto anual |
| Recursos destinados anualmente a la conservación y mantenimiento de bienes culturales | Gasto de Municipalidades | Municipalidades | \$ 1.220.200,96 dólares de presupuesto anual |
| | Gasto de Tren Ecuador | Tren Ecuador | dólares de presupuesto anual |

Elaborado por: Sandoval J. (2018)

Interpretación.- Relacionando los resultados de la encuestas anteriormente, se determina que el mejor mes de llegada de turistas para los emprendedores se dio en el feriado de carnaval que tuvo 1015 pasajeros en Febrero, el mes de menor afluencia fue Abril con 240 turistas, teniendo un total de 5400 turistas en el año 2017.

Toda la ruta genera 117 empleos que se desprenden de los emprendimientos con empleos directos e indirectos repartidos en las plazas, museos y cafeterías del Tren (ver tabla 37), además de los emprendimientos vinculados como zapaterías, tiendas de artesanías, restaurantes y locales de ropa que se vistan en la ruta “Tren del Hielo 2”, siendo 63 empresas creadas gracias al Turismo.

Las instituciones que dan mantenimiento y constante atención a las estaciones considerados bienes culturales son la Municipalidad de Cevallos y la Empresa Tren Ecuador con asignación presupuestaria anual tal como consta el cuadro anterior.

Tabla 37
Empleos generados en la ruta “Tren del Hielo 2”

| NÚMERO | EMPRESARIOS Artesanos y comerciantes | Número de emprendedores | Empleos directos |
|-------------------|---|------------------------------------|-----------------------------|
| 1 | Café del Tren "Ambato" | 3 | 5 |
| 2 | Artesanías Doña Anita | 1 | 3 |
| 3 | Gelarte | 2 | 2 |
| 4 | Café del Tren "Mocha" | 2 | 3 |
| 5 | Café del Tren "Urbina" | 3 | 8 |
| 6 | Alfombras de Guano | 1 | 4 |
| 7 | Artículos de cuero | 1 | 2 |
| 8 | Hermanos Ushca | 2 | 1 |
| 9 | La Posada | 1 | 3 |
| 10 | Choco tren | 1 | 0 |
| 11 | Café del Tren "Cevallos" | 1 | 4 |
| 12 | Artesanías La Quinta estación | 2 | 0 |
| 13 | Caramelo "Don Manuelito " | 2 | 8 |
| 14 | Fábricas de calzado | 4 | 32 |
| 15 | Dulcifresa | 2 | 3 |
| 16 | Restaurant "Fogus" | 3 | 7 |
| 17 | Restaurante "El Gran Conejo" | 2 | 4 |
| 18 | Hornados Doña Rosita | 2 | 10 |
| 19 | Restaurante "Super Cuy" | 4 | 10 |
| 20 | Restaurante" Descanso Real" | 2 | 8 |
| TOTAL : 20 | | 41 | 117 |

Elaborado por: SANDOVAL J. (2017)
Fuente: Salida de campo

4.3 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

4.3.1 PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS

H_0 .- La ruta turística “Tren del Hielo 2” NO impacta económicamente en los emprendedores.

H_1 . - La ruta turística “Tren del Hielo 2” SI impacta económicamente en los emprendedores.

El estadístico para comprobar la hipótesis será Kolmogorov-Smirnov debido a que las preguntas son nominales y existe un universo mayor a 50 individuos. Teniendo así la medición de la normalidad.

| | | PRUEBA DE KOLMOGOROV-SMIRNOV PARA UNA MUESTRA | | | | | | | |
|------------------------------------|-------------------|---|-----------------|--------------------|--------------------|-----------------------|-------------------|-------------------|----------------------|
| | | Promoción de la ruta | Motivo de viaje | Gasto por estación | Gasto por producto | Nivel de satisfacción | Nuevos atractivos | Fidelización ruta | Fidelización cliente |
| N | | 155 | 155 | 155 | 155 | 155 | 155 | 155 | 155 |
| Parámetros normales ^{a,b} | Media | 3,3548 | 2,2839 | 3,7742 | 3,2129 | 3,2323 | 2,5161 | 1,6581 | 1,0452 |
| | Desviación típica | ,82762 | 1,75349 | ,43467 | ,63437 | ,95223 | 1,22927 | ,56337 | ,20833 |
| Diferencias más extremas | Absoluta | ,266 | ,368 | ,479 | ,341 | ,319 | ,240 | ,341 | ,541 |
| | Positiva | ,186 | ,368 | ,302 | ,341 | ,210 | ,207 | ,266 | ,541 |
| | Negativa | -,266 | -,232 | -,479 | -,272 | -,319 | -,240 | -,341 | -,414 |
| Z de Kolmogorov-Smirnov | | 3,312 | 4,581 | 5,963 | 4,247 | 3,971 | 2,990 | 4,245 | 6,731 |
| Sig. asintót. (bilateral) | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |

a. La distribución de contraste es la Normal.

b. Se han calculado a partir de los datos.

4.4 TOMA DE DECISION

Prueba de normalidad

Al ser un universo encuestado de 155 personas se aplica una prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov obteniendo como resultado significancia asintónica de 0.000 lo cual al ser un valor menor a 0.05 se acepta en base a normalidad la H_1 , es decir la ruta turística “Tren del Hielo 2” SI impacta económicamente en los emprendedores.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Se logró identificar que el impacto económico generado en los emprendedores de la ruta turística “Tren del Hielo 2” están directamente relacionados a la venta de alimentos y artesanías. Los emprendedores aún mantienen el anhelo de pertenecer a la ruta, pues contribuye a su economía, pero debido a su poca frecuencia en viajes, y la baja venta de sus productos y servicios optan por tener otras actividades comerciales complementarias.
- Al ejecutar este trabajo de investigación se determinó que la ruta turística “Tren del Hielo 2” recorre 43 km ida y vuelta desde Ambato hasta el punto más alto del sistema ferroviario en la estación de Urbina recorriendo el corredor interandino de las provincias centrales de Tungurahua y Chimborazo con un valor del tiquete es \$22 por persona y \$16 para los niños, tercera edad y personas con discapacidad; este incluye: la guianza bilingüe, un refrigerio en la estación de Urbina con la interacción del personaje insigne Baltazar Ushca, considerado Patrimonio vivo cultural del Ecuador, visita a los sitios turísticos y un recorrido comercial por el Cantón Cevallos, con una asistencia personalizada durante el viaje, con una frecuencia diaria los viernes sábado, domingo y feriados.
- Los emprendimientos de la ruta “Tren del Hielo 2” son 20, de los cuales 15 son unipersonales y 5 grupales, éstos a su vez están conformados por 41 emprendedores que dan lugar a la conformación de 117 empleos directos, que se derivarán en empleos indirectos comunes en la cadena turística. Es importante indicar que la mayoría de empleos se dan en el cantón Cevallos debido a que el

tren tiene su mayor tiempo de permanencia en el lugar. Tren Ecuador crea empleo a través de plazas artesanales y cafés del tren; el impacto económico que ellos reciben es positivo; la presencia del tren y la visita de turistas ha tenido también un impacto social, pues mejora el aspecto de la ciudad con la creación de negocios en el caso de la población de Cevallos, siendo también el sector privado beneficiado directamente pues se han creado 63 empresas vinculadas que dinamizan la economía.

- En base a los indicadores que esta investigación dio a conocer, se confirma el hecho de que las visitas son más frecuentes en los feriados, siendo Carnaval en Febrero, el de mayor impacto según el registro de la empresa Tren Ecuador, en todo el año se registraron 5400 turistas para la ruta “Tren del Hielo 2”.
- De acuerdo a lo investigado la distribución de los recursos económicos, se concentra en mayor porcentaje en el cantón Cevallos ya que al tener un mayor tiempo de permanencia (3 horas), los turistas gastan principalmente en los servicios de alimentación; seguido por el rubro ropa y zapatos; en la ciudad de Ambato que es el punto de partida de la ruta no se registra un volumen de ventas representativo, en Mocha hay un mínimo porcentaje de recepción de dinero, ya que el tren se estaciona un lapso de 50 minutos para que los turistas puedan desayunar y en Urbina que es el punto de concentración de 2 rutas turísticas Tren del Hielo1 y “Tren del Hielo 2” se conoció que los ingresos económicos, se generan por concepto de venta de tejidos y artesanías principalmente.
- El mejor año en el ámbito turístico y económico de la ruta turística “Tren del Hielo 2”, fue definitivamente el 2014, debido a la gran campaña de Marketing y promoción que generó una mayor afluencia de turistas generando masivos recorridos turísticos en el corredor férreo que produjo muchos ingresos económicos para todos los involucrados.

5.2. RECOMENDACIONES

- Al determinar que el impacto económico generado en los emprendedores se orienta principalmente en las ventas de alimentos y artesanías se recomienda que las organizaciones y los estamentos gubernamentales puedan implementar estrategias que mantengan y mejoren la calidad principalmente en esos servicios.
- De la misma manera con instituciones educativas de nivel medio y superior para que los estudiantes puedan contribuir a proyectos sociales, promocionales y profesionales alrededor del sistema férreo; en áreas beneficiosas a la temática de las empresas, podrían ofertar asesorías, campañas publicitarias hechas por estudiantes, reportajes, entre otros.
- Al ser la ruta “Tren del Hielo 2” un producto que ha tenido aceptación por parte de los turistas, se recomienda que la Empresa Tren Ecuador pueda no solo mantener, sino incrementar la frecuencia de los viajes y que esto aumente el flujo de turistas, para lo cual se deberá trabajar en estrategias de promoción y publicidad de la marca comercial, de la misma manera fomentar convenios con instituciones públicas y privadas.
- Es recomendable que las Estaciones del Tren puedan convertirse en sitios estratégicos donde se desarrollen actividades sociales y culturales concentrando no solo a los turistas que viajan en el tren, sino a toda población que quiera participar en estas actividades, esto fortalece la actividad comercial de los emprendedores, pues únicamente están presentes en las estaciones cuando hay operación de la ruta, es decir los fines de semana. Para esto también es importante el apoyo de los gremios involucrados con el turismo, los mismos que podrían realizar sus actividades en las estaciones del tren.

- En cuanto a los emprendedores se puede recomendar que puedan vincularse y organizarse a través de la formación de una Red de Emprendedores de la ruta Turística “Tren del Hielo 2” y de esta manera puedan acceder con mayor facilidad a las instituciones públicas y privadas solicitando acciones que satisfagan sus necesidades y que beneficien a sus intereses.
- Al igual que otras marcas comerciales se pueden crear campañas promocionales de días de oferta o “día loco” a costos que generen interés de viajar con mayor constancia, en días ordinarios o unir rutas turísticas en fechas específicas que ayuden a tener un ingreso a la empresa por venta de boletos y de paso a los emprendedores de la otras rutas también, en ocasiones los movimientos de unidades se dan sin objetivo económico, solo se mueven para dejar pasajeros pero regresan vacíos, se puede implementar una rebaja en costos y no moverse vacíos por la línea férrea.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1 DATOS INFORMATIVOS

6.1.1 Título: Conformación de una Asociación de Emprendedores de la Ruta Turística “Tren del Hielo 2”.

6.1.2 Institución Ejecutora: Mancomunidad de los Municipios de Ambato, Cevallos, Mocha en Tungurahua y Guano en Chimborazo.

6.1.3 Beneficiarios: Los 20 Emprendedores de la Ruta Turística “Tren del Hielo 2”.

6.1.4 Ubicación: Provincias de Tungurahua y Chimborazo.

- **Cantones:** Ambato, Mocha, Cevallos y Guano.
- **Parroquias:** Celiano Monge, Cevallos, San Andrés- Urbina.

6.1.5 Tiempo estimado para la ejecución: Diciembre 2017 – Enero 2018.

6.1.6 Equipo Técnico Responsable: Jenny Sandoval Duque.

6.1.7 Costo: Para la conformación de esta Asociación se deberán incurrir en gastos administrativos y sociales para lo cual un rubro estimado de 500 USD.

6.1.8 Extensión: 43 Km lineales de la ruta “Tren del Hielo 2”.

6.1.9 Altitud: Va de los 2570 m.s.n.m a los 3609 m.s.n.m.

6.1.10 Idioma: Español.

6.1.11 Responsable de la elaboración: Jenny Sandoval Duque.

6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

Existen en el Ecuador procesos interesantes donde las universidades han sido un pilar fundamental en la generación de propuestas para fortalecer y organizar a los emprendimientos así tenemos que Ramírez, O., & Paúl, H. (2012). Desarrolló una Propuesta de un modelo de gestión para fomentar una cultura emprendedora con los estudiantes desde la universidad Luis Vargas Torres en la Provincia de Esmeraldas donde determinó una importante conclusión:

“No hay programas de desarrollo vinculados con el sector productivo local y regional, que contribuyan a mejorar su capacidad competitiva” además sostiene que muchos de los proyectos quedan en el aire, ideas de negocios que pueden ser muy prósperos para la sociedad, ya que los universitarios cuentan con conocimientos y capacidades suficientes para crear oportunidades y convertirlas en fuentes de trabajo.

De igual forma Arbito, P., & Andrea, M. (2015). En su estudio denominado *Atributos personales y del negocio de los emprendedores del sector de alimentos, que constituyeron sus emprendimientos en la ciudad de Guayaquil* llegaron a la conclusión de que los emprendedores del sector de alimentos en la ciudad de Guayaquil, son personas que les gusta manejar su propia empresa, están comprometidos en salir adelante, con el fin de cumplir sus objetivos y metas. Son personas arriesgadas ya que les gusta ir más allá de lo esperado, dispuestos a escuchar críticas constructivas que ayuden a implementar mejoras y crecer en el mercado. Sin dejar a un lado los procedimientos y toma de decisiones estratégicas que ayudan al emprendimiento a seguir superándose.

Bastidas (2014) en su investigación titulada “El emprendimiento y desarrollo turístico en la comunidad de San Francisco de la Línea Roja, Parroquia Fernández Salvador, Cantón Montúfar, Provincia del Carchi.” Llegó a la conclusión de que El Turismo es uno de los ejes dinamizadores de la economía nacional, por lo que es necesario el diseño y la

ejecución de proyectos o emprendimientos encaminados al aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y culturales, que permita generar un desarrollo socioeconómico. También concluye que al desarrollar emprendimientos en servicios y actividades turísticas se alcanzará metas y resultados positivos en el cual la comunidad y la Asociación Ceja de Montaña están dispuestos a participar activamente en el desarrollo y operación del proyecto.

6.3 JUSTIFICACIÓN

Adicionalmente se conoce de mejor manera las características, aspectos positivos y negativos de la ruta turística del sector interandino y al fortalecer a los emprendimientos estas rutas no solo que se mantendrían sino que diversificarían sus productos y servicios que indudablemente repercutirían en el incremento de sus ingresos.

El empoderamiento de los emprendedores y el anhelo de pertenecer a la ruta, garantiza la perseverancia, la permanencia y el compromiso de sus integrantes y directivos en el caso de conformar la Asociación y que puedan obtener con mayor facilidad beneficios de distintas organizaciones.

El Gobierno del Ecuador a través del Decreto 193 emitido por la Presidencia de la Republica nos da el Reglamento para la conformación de Organizaciones sociales , donde se menciona la normativa que regirá al Gremio o Asociación, y también las organizaciones y los estamentos gubernamentales deben apoyar la conformación y potenciación de estas Asociaciones de emprendedores a través de diferentes acciones como por ejemplo convenios interinstitucionales como parte del desarrollo productivo de las localidades.

La elaboración de esta propuesta es importante por varias circunstancias entre las principales mencionaremos por ejemplo que actualmente los emprendedores tienen cierta debilidad, ya que no se conocen entre ellos y los productos y servicios que ofertan

son en algunos casos similares a los que se venden en otras estaciones. Esto genera repetición en la oferta y competencia entre sus emprendimientos.

Es imperante que se conforme una Asociación que tenga la capacidad y la fuerza de gestionar principalmente ante la Empresa de Ferrocarriles del Ecuador, mayor dinamismo y frecuencias de la Ruta Turística o alternativas que incrementen el flujo de turistas, que es lo que realmente necesitan los emprendimientos para incrementar sus ventas y consolidar sus economías.

Además es importante mencionar que los beneficiarios directos de esta propuesta serían los 20 emprendimientos que están conformados por un número bastante significativo de familias que encontrarán en los empleos directos e indirectos alternativas de desarrollo económico y social.

La factibilidad de esta propuesta no es compleja ya que existe la predisposición y la necesidad latente de todos los emprendedores que también gozan del apoyo coyuntural de las autoridades de gobierno local y seccional.

Finalmente, el impacto que generaría esta propuesta es positiva, debido a que si se logra los objetivos planteados en la conformación de esta Asociación, serviría como referente para que los emprendimientos de otras rutas establecidas a lo largo del país, puedan replicar la iniciativa y obtener los beneficios gremiales.

6.4 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

6.4.1 Objetivo General

- Conformar la Asociación de emprendedores de la ruta turística “Tren del Hielo II”

6.4.2 Objetivos Específicos

- Elaborar un instructivo para la conformación de la Asociación de Emprendedores de la ruta turística “Tren del Hielo II”.
- Socializar el instructivo a los emprendedores de la ruta turística “Tren del Hielo II”.
- Conformar la Asociación de emprendedores “Tren del Hielo II”.

6.5 ANÁLISIS DE LA FACTIBILIDAD

Para la elaboración de esta propuesta, se consideró los siguientes factores:

6.5.1 FACTOR OPERATIVO

La propuesta de la elaboración de un instructivo para conformar una Asociación de emprendedores de la Ruta turística “Tren del Hielo II” comprendida entre las provincias de Tungurahua y Chimborazo, es factible porque contribuye al fortalecimiento de los emprendimientos y son ellos precisamente quienes con responsabilidad y empoderamiento permitirán la operación y ejecución de dicha propuesta.

6.5.2 FACTOR ECONÓMICO

Para analizar la factibilidad económica se ha establecido la siguiente matriz, misma que detalla algunos aspectos tomados en cuenta para la elaboración de esta propuesta.

Tabla 38
Presupuesto general

| Indicadores | Financiamiento | Costo |
|--|-----------------------|--------------|
| Reunión de la asamblea general para socializar los beneficios de formar la Asociación de emprendedores | Propio | 350.00 |
| Material de escritorio | Propio | 100.00 |
| Impresiones | Propio | 50.00 |
| Total | | 500.00 |

Elaborado por: Sandoval, J. (2018)

6.5.3 FACTOR LEGAL

El 23 de Octubre del 2017 entra en vigencia el Decreto No.193 acerca de “Expedir el reglamento para el otorgamiento de personería a las organizaciones sociales” emitido por el Lcdo. Lenin Moreno Presidente Constitucional de la República, y en el Título II de Organizaciones Sociales en el CAPTULO I Naturaleza y Tipos de organización dice en el Artículo 3.- Naturaleza.- Las organizaciones sociales reguladas en este Reglamento tendrán finalidad social y realizaran sus actividades económicas sin fines de lucro. De acuerdo al presente Reglamento se entiende que el objetivo será principalmente lograr una finalidad social, altruista, humanitaria, artística, comunitaria, cultural, entre otras.

Y en el CAPITULO II Derechos y Obligaciones de las Organizaciones Sociales Artículo 5.- manifiesta que las organizaciones tendrán derecho a: Solicitar acceso a los programas públicos de asistencia técnica y capacitación pertinente; Acceder a la información sobre los planes, programas y proyectos que ofertan las entidades del Estado en favor del desarrollo de las organizaciones sociales; y Promocionar los programas, proyectos o actividades que realicen o en los que participen en beneficio del interés público.

Esta reforma a la ley permite la conformación de una Asociación, pero la AEI (Alianza para el Emprendimiento y la Innovación) entregó a las autoridades de Gobierno, **la propuesta para la elaboración de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación.** El objetivo es que sean analizadas al interior del Gobierno y puedan entregar la normativa a la Asamblea Nacional para su aprobación; esta propuesta promueve el crecimiento económico a través de cuatro puntos: las reformas al marco legal y la Asociación de la tramitología, el fomento a emprendedores, el acceso a financiamiento y el apoyo a la innovación.

Otro aspecto dentro de la legislatura a tomar en cuenta es la LEY ORGANICA DE LA ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO cuyo objeto es: a) Reconocer, fomentar y fortalecer la Economía Popular y Solidaria y el Sector Financiero Popular y Solidario en su ejercicio y relación con los demás sectores de la economía y con el Estado; b) Potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y en sus unidades económicas productivas para alcanzar el Sumak Kawsay; c) Establecer un marco común para las personas naturales y jurídicas que integran la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario; d) Instituir el régimen de derechos, obligaciones y beneficios de las personas y organizaciones sujetas a esta ley; y, e) Establecer la institucionalidad pública que ejercerá la rectoría, regulación, control, fomento y acompañamiento.

6.6 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA - TÉCNICA

Para la presente propuesta es menester analizar y conceptualizar los siguientes términos:

Asociación

La Asociación en este caso se podría definir como un conjunto de personas naturales o jurídicas que a través de una organización con objetivos comunes forman un gremio

cuya razón social está plenamente identificada y basada en el desarrollo social, económico y turístico de una localidad o territorio definido. Sandoval (2018).

Emprendimiento

El emprendimiento puede definirse, dentro de las múltiples acepciones que existen del mismo, como el desarrollo de una idea o un proyecto que pretende un determinado fin económico, político, social, cultural turístico entre otros, y que logra la transformación de un entorno. Sandoval (2018).

La actividad emprendedora

Es la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio” Kundel, (1991).

Un emprendimiento es llevado a cabo por una persona a la que se denomina emprendedor. La palabra emprendedor tiene su origen en el francés entrepreneur (pionero), y en un inicio se usó para denominar a aquellos que se lanzaban a la aventura de viajar hacia el Nuevo Mundo, tal como lo había hecho Colón, sin tener ningún tipo de certeza respecto a qué iban a encontrar allí. Justamente ese ingente de actuar con incertidumbre es la principal característica que distingue hoy a un emprendedor y, si bien el término se asocia especialmente a quien comienza una empresa comercial, también puede relacionarse a cualquier persona que decida llevar adelante un proyecto, aunque éste no tenga fines económicos.

La diferencia entre el emprendedor y el individuo común la establece su actitud. El emprendedor es una persona con capacidad de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y de enfrentar problemas. Es un individuo

que sabe no sólo “mirar” su entorno, sino también “ver” y descubrir las oportunidades que en él están ocultas. Posee iniciativa propia y sabe crear la estructura que necesita para emprender su proyecto, se comunica y genera Asociaciones de comunicación, tiene capacidad de convocatoria; incluso de ser necesario sabe conformar un grupo de trabajo y comienza a realizar su tarea sin dudar, ni dejarse vencer por temores. (Formichella, 2004)

La innovación

Representa un camino mediante el cual el conocimiento se traslada y se convierte en un proceso, un producto o un servicio que incorpora nuevas ventajas para el mercado o para la sociedad. Cabe destacar que, si bien la innovación puede estar presente en cualquier sector, es característica del sector empresarial. Peter Drucker (1986) expresa en su libro *La innovación y el empresario innovador*: “El empresariado innovador ve el cambio como una norma saludable. No necesariamente lleva a cabo el cambio él mismo. Pero (y esto es lo que define al empresariado innovador) busca el cambio, responde a él y lo explota como una oportunidad”.

Economía Popular y Solidaria

Se entiende por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.(LEY ORGANICA DE LA ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO 2011)

6.7 MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA

“Conformación de una Asociación de Emprendedores de la Ruta Turística “Tren del Hielo 2”, se plantea en cuatro fases: Planificación, Socialización, Ejecución y una fase última de Evaluación explicadas a detalle en el siguiente cuadro:

Tabla 39
Modelo Operativo

| Fases | Objetivos | Actividades | Recursos | Presupuesto | Tiempo | Responsable |
|---|--|---|---|-------------|---------|---------------------------------------|
| Planificación y diseño de la propuesta | Conformar la Asociación de emprendedores de la Ruta turística Tren del Hielo 2 | - Investigar de procedimientos y experiencias similares en la conformación de asociaciones de emprendedores | Bibliografía Linkografía Computadora Materiales de oficina | 50,00 USD | 15 días | Técnicos de Turismo. |
| Socialización | Socializar el trabajo con los emprendedores de la ruta “Tren del Hielo 2 “ y exponer la magnitud de la propuesta y así obtener el apoyo, apertura y la participación de los involucrados | - Realizar una convocatoria. - Buscar un sitio adecuado - Preparar la exposición. - Adecuar la logística - Socializar la propuesta. | Oficios, Gestión, solicitudes y permisos. Computadora Equipos de amplificación Auditorios Transporte | 150,00 USD | 10 días | Técnicos de Turismo. |
| Ejecución | Aplicar la planificación | - Ejecución de procesos | Transporte- Logística | 200,00USD | 10 días | Técnicos de Turismo. Instituciones |
| Evaluación | Evaluar y medir los resultados obtenidos luego de haber aplicado la propuesta | Establecer indicadores de impacto | Bibliografía Linkografía Computadora Materiales de oficina | 100,00USD | 5 días | Técnicos de Turismo. Instituciones |

Elaborado por: Sandoval, J. (2018)

6.8 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

6.8.1. Introducción

Una asociación de emprendedores está formada por un conjunto de personas que desean iniciar un negocio o actividad profesional y que deciden unirse para compartir experiencias, conocimientos y recursos, que tiene como objetivo favorecer el nacimiento de nuevos negocios y ayudar a la consolidación de la actividad de aquellos profesionales o artesanos que forman parte de la misma.

Pueden disponer de un espacio físico al que los emprendedores acuden para colaborar unos con otros, de forma similar al funcionamiento de un vivero de empresas. Además algunas asociaciones cuentan con la colaboración de instituciones públicas u organismos privados como Bancos y Cajas de Ahorros que a través de su acción buscan reforzar el tejido empresarial del país.

Lo habitual es que las asociaciones de emprendedores tengan un carácter social y no se pida a sus miembros ningún tipo de cuota por pertenecer a la misma, tampoco suelen exigirse demasiados requisitos para entrar a formar parte de la Asociación. Hoy la tendencia es buscar asociaciones especializadas en una determinada área de negocio o sector. Ejemplo de ello son las redes de emprendimiento dedicadas a empresas tecnológicas, artesanos minoristas entre otros.

Las asociaciones impulsan el emprendimiento individual, pero también el emprendimiento colaborativo, creando grupos de empresas que operando de manera conjunta, pueden satisfacer mejor la demanda que existe en el mercado.

En este tipo de espacios el emprendedor puede encontrar información útil sobre trámites administrativos y legales para desarrollar su labor conforme a la ley, puede entrar en contacto con otros profesionales o empresas que le asesorarán, encontrar socios para

expandir su negocio dentro y fuera de las fronteras nacionales, formarse sobre cuestiones empresariales a través de cursos privados, conferencias, etc., recibir información sobre subvenciones y ayudas de las que pueda beneficiarse y compartir su experiencia con los demás, haciendo que sus conocimientos puedan ayudar a su vez a otros emprendedores a poner en marcha su negocio.

6.8.2.- Beneficios de formar una Asociación de emprendedores

Cuando se pasa de ser empleado a emprendedor, la pirámide se invierte: uno pasa de tener uno o dos jefes a tener múltiples relaciones de alto compromiso entre socios, inversores, empleados, clientes y proveedores.

Además, un emprendedor debe ser capaz de trabajar con otros en equipo, crear sinergias, aprovechar oportunidades y ser muy perceptivo, proactivo, ordenado y ejecutivo, dado que en un emprendimiento nadie hace las cosas por uno.

Uno de los puntos centrales para el crecimiento de un emprendimiento es crear una Asociación de apoyo a partir de familiares, amigos, centros de formación emprendedora, consultoras especializadas, institutos técnicos, clubes de inversores y otras entidades que permiten desde uno llegar a muchos.

En este sentido, se puede visualizar ventajas o ciertos beneficios de una asociación de emprendedores como por ejemplo:

- a) **Facilita armar un modelo de negocios.** Los expertos que conforman la asociación evalúan la capacidad de esta idea para satisfacer una necesidad específica y asesoran en el armado del modelo de negocios.

- b) **Se crea una asociación de mentores.** Los mentores son personas con experiencia en su área de trabajo que comparten aprendizajes y errores atravesados y que suman valor al equipo emprendedor.
- c) **Se puede captar inversores.** Para iniciar un negocio o para hacerlo crecer, se necesita capital. En ese sentido, estas organizaciones actúan como un nexo, poniendo en contacto al emprendedor con personas interesadas en invertir en su proyecto.
- d) **Se facilita el acceso a capacitación.** Es indispensable capacitarse en las diversas áreas que involucran un negocio y entrenarse en el desarrollo de habilidades gerenciales.
- e) **Se puede conocer otras experiencias.** El contacto con otros emprendedores permite conocer diferentes experiencias, hacer negocios y, en muchos casos, compartir problemáticas y oportunidades. Vincularse y escucharse es una manera de aprender tanto de lo que sale bien como de los errores

6.8.3 Pasos para constituir una asociación

En esta propuesta se pone a consideración un esquema que puede facilitar la constitución de una asociación de emprendedores de la “Ruta del Hielo 2”.

6.8.3.1.- Requisitos:

- Tiene que haber un número mínimo de tres personas, físicas o jurídicas, que quieran crear la asociación y que estén de acuerdo en su finalidad.
- Hay que elaborar los estatutos o, lo que es lo mismo, la normativa que rige el funcionamiento de la asociación, que delimita sus objetivos y que estipula el

modelo organizativo. La ley establece un contenido mínimo al cual se pueden añadir otras disposiciones siempre que no contravengan las leyes ni los principios de la asociación.

Los estatutos deben contener como mínimo lo siguiente.

- **Nombre.** Debe hacer referencia a sus fines estatutarios o al principal de ellos de la forma más precisa posible. Además, servirá para distinguirla del resto de asociaciones inscritas.
- **Fines y actividades** de la asociación, enumerados de manera pormenorizada.
- **Duración** de la asociación cuando no se constituya por tiempo indefinido.
- **Domicilio social.** En caso de que sea un lugar público, deberá adjuntarse un certificado de autorización extendido por quien proceda. En caso de ser el domicilio de una persona asociada se hará constar su carácter provisional.
- **Ámbito territorial.** La entidad debe desarrollar sus funciones principalmente en el País sin excluir la posibilidad de actuar ocasionalmente fuera de él.
- **Requisitos para la constitución válida de la asamblea general,** sus atribuciones y competencias, las reglas para la celebración de reuniones, deliberaciones y adopción de acuerdos, así como el porcentaje mínimo de personas asociadas para solicitar la convocatoria extraordinaria de asamblea general.
- **Requisitos y procedimiento para la elección y sustitución de cargos:** Presidencia, secretaría y tesorería, o de los y las miembros de la organización

administrativa en caso de que se tome esta opción. Se determinarán sus atribuciones y competencias, la duración del cargo, las causas de cese y las reglas para adoptar acuerdos.

- **Requisitos de admisión, baja y expulsión** de las personas socias así como sus diferentes tipos.
- **Derechos y obligaciones de las personas asociadas.** Podrán incluir también las consecuencias del impago de las cuotas por parte de las y los asociados.
- **Régimen de administración, contabilidad y documentación,** así como la fecha de cierre del ejercicio asociativo.
- **Régimen sancionador** en caso de producirse faltas por parte de los y las componentes de la entidad.
- **Patrimonio inicial y recursos económicos** de los que podrá hacer uso.
- **Procedimiento de modificación de los Estatutos.**
- **Causas de disolución y destino del patrimonio** en tal supuesto, que no podrá desvirtuar el carácter no lucrativo de la entidad.

6.8.3.2.- Constitución formal de la Asociación de Emprendedores

Las personas que quieren formar la asociación, denominadas socias y socios fundadores, realizarán una primera reunión oficial en la que se acuerda la creación de la asociación y se aprueban los estatutos; luego se eligen los cargos y los órganos de gobierno; y se levanta el acta de Constitución donde se hará constar la voluntad de asociarse y la

persona que va a inscribir a la asociación en el Ministerio de Trabajo bajo el Decreto 193. Se anexan los estatutos. El acta puede ser un documento público o privado entre las y los miembros de la asociación.

El órgano de gobierno más habitual es la denominada **junta directiva**, pero no es obligatorio que tome este nombre y ni siquiera que exista, ya que la propia asamblea puede asumir sus funciones. Sin embargo, sí es obligatorio la elección de al menos los tres cargos citados de presidencia, secretaría y tesorería. Las atribuciones de los diferentes cargos son las siguientes.

Presidencia (obligatorio)

- Dirige y representa a la asociación por delegación de la asamblea y de la junta directiva
- Preside y dirige los debates de la asamblea general y de la junta directiva.
- Convoca las reuniones de la asamblea general y de la junta directiva.
- Revisa las actas, los documentos y los certificados que le presentan secretaría y tesorería.

Vicepresidencia (opcional)

- Apoya a la presidencia y, en su ausencia, asume sus funciones.
- Cuando la presidencia quede vacante, asumirá sus funciones hasta sustitución o ratificación por la asamblea general.

Secretaría (obligatorio)

- Se ocupa de la documentación y de llevar al día el libro de socios y socias.
- Se encarga de levantar, redactar y firmar las actas de reunión de la asamblea general y de la junta directiva.
- Se encarga de redactar y autorizar certificados.

Tesorería (obligatorio)

- Es responsable de los recursos de la asociación.
- Elabora el presupuesto, el balance y la liquidación de cuentas.
- Lleva los libros contables.
- Firma los recibos de cuotas y otros documentos de tesorería.
- Realiza el pago de facturas visadas previamente por presidencia.
- Es responsable de mantener a la asociación al corriente de sus obligaciones fiscales.

Vocalía (opcional)

- Elaboran proyectos por encargo de la junta directiva o por iniciativa propia con la aprobación de la junta directiva.

- Llevan a cabo los proyectos aprobados y hacen su informe de evaluación.

En caso de haber optado por formar una **junta directiva**, sus funciones serán las siguientes:

- Asume la responsabilidad de la gestión de la asociación;
- Es la representante de la entidad ante sus socias y socios y ante terceras personas o entidades;
- Debe presentar a la asamblea general un balance de gestión y una propuesta de actuación para el siguiente ejercicio, el estado de cuentas de la asociación y el presupuesto previsto para el año siguiente.

Los órganos de representación y gobierno podrán recibir retribuciones si se prevé expresamente en los estatutos.

El primer paso es rellenar y presentar en el registro. Se encargará el o la representante que figura en el acta de constitución. Hará constar lo siguiente:

- **Datos de identificación de quien solicita:** nombre, cargo o condición en la que actúa, número de identificación fiscal, domicilio, número de teléfono y firma;
- **Identificación de la asociación:** denominación, domicilio, nombre de dominio o dirección de Internet y código de identificación fiscal (si se hubiese obtenido);
- **Documentación y petición:** descripción de los documentos que acompañan a la solicitud y petición que se formula.

Es conveniente abrir una cuenta corriente propia de la asociación, para que los movimientos económicos figuren a su nombre y no de particulares. Para ello, hay que presentar lo siguiente en el banco o caja de ahorros:

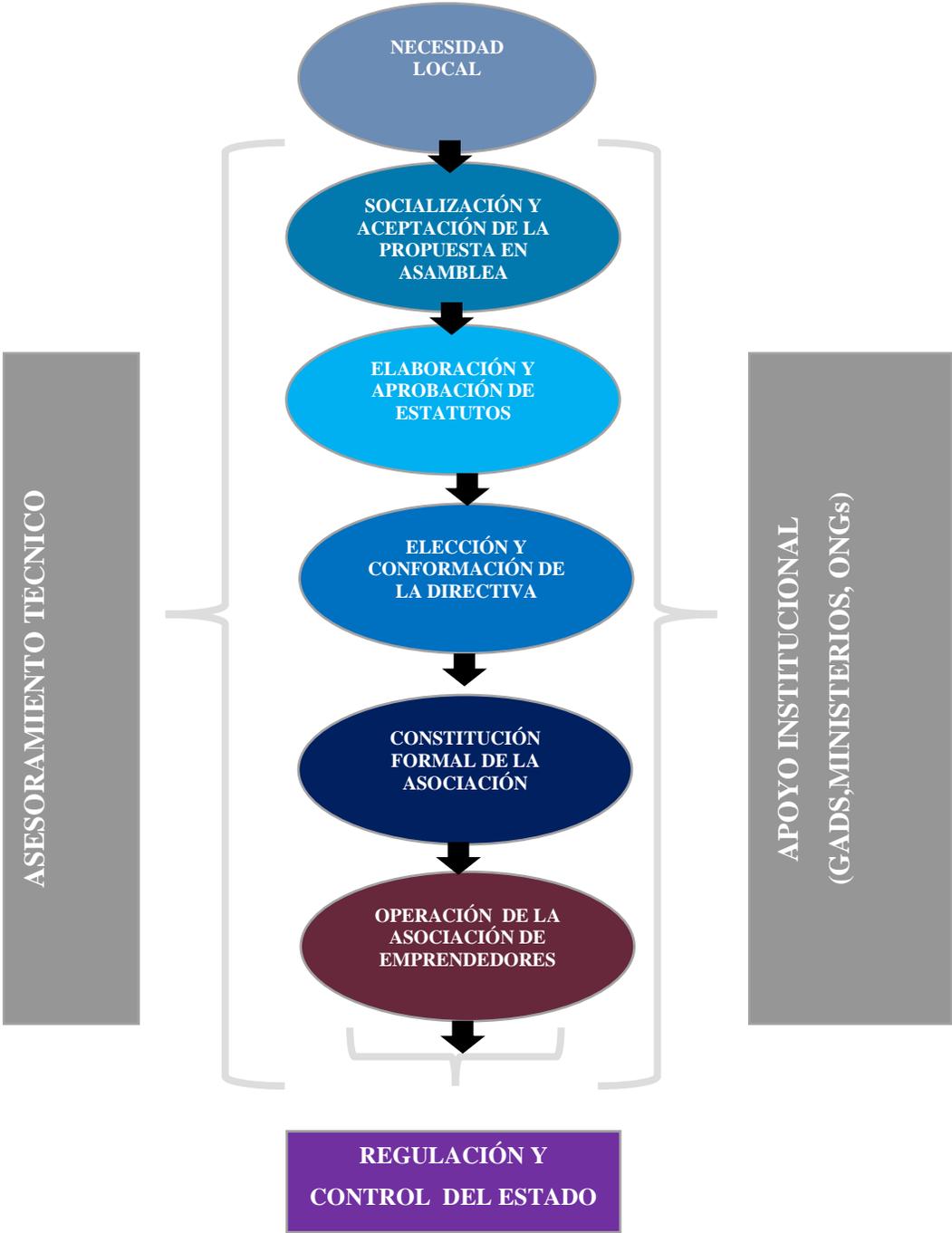
- Una copia de los estatutos registrados (o en trámite con sello de entrada en registro);
- Un acta de la asociación donde se apodera a dos cargos del órgano de gobierno para figurar como titulares de la cuenta (entre las personas autorizadas es recomendable que figure el o la presidenta y el o la tesorera).

Debido a la naturaleza de esta Asociación, se adjuntan los modelos de actas y solicitudes que el Ministerio del Trabajo a través del área de ayuda y asesoramiento social y legal entregan para dar funcionamiento a estas organizaciones (Anexo 4)

6.8.3.3.- Esquema gráfico de la propuesta de Asociación de emprendedores

El proceso de formación y consolidación de la propuesta se puede resumir en la propuesta de conformación de una Asociación de Emprendedores, ver Figura 18.

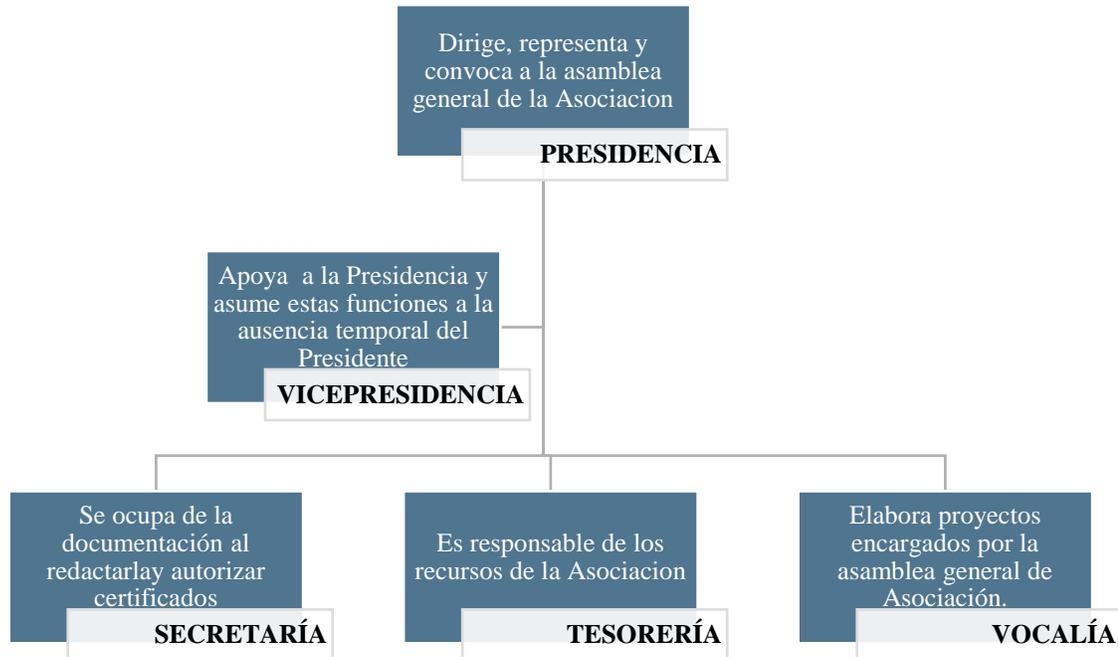
Figura 18 Gráfico Propuesta de Asociación de Emprendedores



Elaborado por: Sandoval, J. (2018)

Además está el Organigrama estructural y funcional de la Asociación, ver figura 19.

Figura 19 Organigrama Asociación de Emprendedores



Elaborado por: Sandoval, J. (2018)

6.9. ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA

6.9.1 Autor

Persona quien está encargada de diseñar y planificar la propuesta, a través de visitas a la localidad y diálogo con los emprendedores y autoridades, luego con el conocimiento fortalecido a través de la experiencia y la revisión e investigación principalmente bibliográfica planteará la propuesta.

6.9.2 Tutor

Su función principal es la de orientar al autor de la propuesta para llevar a cabo todas las acciones y planteamientos necesarios; así como realizar las correcciones pertinentes para el desarrollo adecuado de la propuesta.

6.9.3 Usuarios

Esta propuesta será una herramienta a manera de instructivo que les dará a los emprendedores de la ruta “Tren del Hielo 2” las pautas necesarias para la conformación de una Asociación constituida.

Esta propuesta podrá constituirse en un modelo de gestión pertinente que puede ser replicado en las demás rutas, que a lo largo del país la Empresa de Ferrocarriles del Ecuador puede implementar con otros emprendedores.

6.10 PLAN DE MONITOREO Y EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA

La presente propuesta, plantea el siguiente plan de monitoreo y evaluación:

Cuadro Plan de monitoreo y evaluación de la propuesta

| N° | PREGUNTAS BÁSICAS | EXPLICACIÓN |
|----|--------------------------|---|
| 1 | ¿Qué evaluar? | La Propuesta de Conformación de la Asociación de Emprendedores de la “Ruta Tren del Hielo 2” |
| 2 | ¿Por qué evaluar? | Para establecer la utilidad de la propuesta y poder replicar en otros sectores. |
| 3 | ¿Para qué evaluar? | Para medir el alcance de los objetivos. |
| 4 | ¿Con qué criterios? | Factibilidad operativa y económica. |
| 5 | Indicadores | Cualitativos y cuantitativos |
| 6 | ¿Quién evalúa? | Socios de la Asociación de emprendedores. |
| 7 | ¿Cuándo evaluar? | Una vez por año |
| 8 | ¿Cómo evaluar? | Mediante la ejecución de encuestas |
| 9 | ¿Fuentes de información? | Resultados de encuestas y entrevistas a emprendedores, autoridades, turistas y demás involucrados |
| 10 | ¿Con qué evaluar? | Con cuestionarios e instrumentos validados |

Elaborado por: SANDOVAL, J. (2018)

BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. (1979). *Conceptualización, Origen y evolución del Turismo* . Mexico.
- Aedo, C. (2005). *Evaluacion de impacto* . Santiago de Chile: CEPAL.
- Aguilar, V., Rivas, H., & Gonzáles, R. (2008). Glosario de términos técnicos relacionados con la actividad turística habitualmente empleados en Chile. *Boletín Técnico*, 48.
- Aguirre, J. (2007). Deseables y posibles: participacion comunitaria, patrimonio historico y cultura, calidad ambiental y desarrollo turistico sostenible. *Pasos, Revista de Turismo y Patrominio cultural, San Jerónimo de Moravia, COSTA RICA* , 1-16.
- Albuja, G. (3 de Octubre de 2016). Operaciones Turisticas. (J. Sandoval, Entrevistador)
- ANDES. (06 de Enero de 2017). *Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica*. Obtenido de Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/turismo-ecuador-dinamizo-economia-pais-usd-2855-millones-durante-2016.html>
- Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi: s/n.
- Audrestch, D. B. (2009). Capital emprendedor y crecimiento economico. *Journal of Regional Reserch*, 15.
- Bayón, F. (1999). *50 años del Turismo español, un análisis histórico y cultural*. Madrid: Centro de estudios Ramón Areces.

Blancas, F., Gonzáles, M., & Lozano, M. (2010). INDICADORES SINTÉTICOS DE TURISMO SOSTENIBLE. *Destinos turísticos* , 35-36.

Blog de viajeros. (19 de Febrero de 2007). *Cafe y tren* . Obtenido de http://www.cafeytren.com/trenesmiticos/tren_nubes.php

Bosman, K. (2008). Ofreciendo un mundo imaginario, los guis de turismo de Cuzco. En Y. Annelou, & Z. Annelies, *La ruta andina, turismo y desarrollo sostenible en Peru y Bolivia* (págs. 199-202). Lima: Abya Ayala.

Cadena, A. (2012). *Impacto socioeconómico del proyecto tren Ecuador*. Quito, Ecuador: PUCE.

Cantón, L., & García, L. (2014). El enfoque de competencias para formar emprendedores. *Emprendedores*, 29-40.

Cardoso, C. I. (2014). Sosteniendo al turismo o Turismo sostenible. *Estudio y Perspectiva en Turismo*, 376-395.

Carrera, J. E. (14 de Abril de 2014). "Nominacion internacional a tren crucero ecuatoriano". (F. C. Telerama, Entrevistador)

CEPAL;OMT.(2011).INDICADORES.ECONOMICOS.DEL.TURISMO.
INDICADORES ECONOMICOS DEL TURISMO, (págs. 23-56). Cartagena .

Collon, B. (2017). *ROVOS RAIL*. Obtenido de *ROVOS RAIL*:
<https://www.rovos.com/spanish>

Colombres, A. (1990). *Manual del promotor cultural: Bases teóricas de la acción*. Buenos Aires: Colihue.

Consejo Nacional de Cultura, DEL PINO MARTINEZ Ines. (2013). *ARQUITECTURA FERROVIARIA EN LOS ANDES DEL ECUADOR*. QUITO.

Constituyente, A. (2009). *Ley de Cultura*. Montecristi.

Coordinación General de Estadísticas e Investigación del Ministerio de Turismo. (27 de Enero de 2017). *MINTUR*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/turismo-ecuador-dinamizo-economia-pais-usd-2855-millones-durante-2016.html>

Coraggio, J. L. (2011). Economía Solidaria . *Investigaciones del Instituto del Conurbano de la Universidad Nacional de General Sarmiento*, 9.

Del Pino Martinez, I. (2013). *ARQUITECTURA FERROVIARIA EN LOS ANDES DEL ECUADOR*. QUITO.

Devlin, R., & Moguillansky, G. (2009). *Alianzas público-privadas para una nueva visión estratégica del desarrollo*. Santiago de Chile: Naciones Unidas CEPAL.

El Heraldo. (s/f de Agosto de 2012). Cevallos se vincula al Tren del Hielo, pág. 9.

Escenario. (29 de Julio de 2011). *Machupichu cumple 100 años de admirar al mundo*. Obtenido de ESTADIOSPORTS.COM: http://estadiosports.com/api/pdf_files/f5c41eaca454ffc9a0206a35c25ced53.pdf

FEEP y MINTUR. (2014). Construcción y Rehabilitación del Tren de Alfaro. En F. D. Publica, *Construcción y Rehabilitación del Tren de Alfaro* (pág. 77). Quito-Ecuador: El Telegrafo.

Ferrocarriles del Ecuador. (sf de sf de 2008). *Ferrocarriles del Ecuador*. Obtenido de Ferrocarriles del Ecuador: <http://trenecuador.com/ferrocarrilesdeecuador/mision/>

Ferrocarriles del Ecuador. (2012). Plan estratégico FEEP. *Guardavia* 3, 8.

FERROCARRILES DEL ECUADOR Empresa Publica y MINISTERIO DE TURISMO. (2014). Construcción y Rehabilitación del Tren de Alfaro. En F. D. Publica, *Construcción y Rehabilitación del Tren de Alfaro* (pág. 77). Quito-Ecuador: El Telegrafo.

Galicia, M. M. (30 de octubre de 2016). Entorno Turístico. *Hablemos de Turismo*, pág. 3. Obtenido de Entorno Turístico Hablemos de Turismo.

Ganán, R. (NOVIEMBRE de 2015). "EL TREN TURÍSTICO Y SU INCIDENCIA ECONÓMICA EN EL CANTON DURAN, PARROQUIA ELOY ALFARO, PROVINCIA DE GUAYAS 2012 -2014". "EL TREN TURÍSTICO Y SU INCIDENCIA ECONÓMICA EN EL CANTON DURAN, PARROQUIA ELOY ALFARO, PROVINCIA DE GUAYAS 2012 -2014". DURAN, GUAYAS, ECUADOR.

García, Z. (2009). ¿Cómo acercar los bienes patrimoniales a los ciudadanos? *PASOS, Revista de Patrimonio Cultural universidad pedagogica experimental libertador VENEZUELA*, 21-28.

- Garin Conteras, A. (2013). *Turismo Rural, Institucionalidad y emprendedores rurales*. Argentina : Centro de Investigaciones y estudio turisticos .
- Gertler, P., Martínez, S., Premad, P., Rawlings, L., & Vermeersch, C. (2011). *La evaluación de impacto en la práctica*. Washintong DC: El Banco Mundial.
- Gonzales, J. L. (07 de Febrero de 2010). *Tren Tsugaru*. Obtenido de <http://viajemosentren.com/2010/02/07/el-tren-tsugaru-nostalgia-en-japon/>
- Guerrero, C. (2013). Volviendo al futuro. Ferrocarriles del Ecuador. *Ñan cuentos del camino*, 13-16.
- Guerrero, P. E., & Gonzales, J. R. (2014). *TURISMO DE MEXICO*. MEXICO: Grupo editorial Patria.
- Gutiérrez Puebla, J. (2004). El tren de alta velocidad y sus efectos especiales. *Investigaciones Regionales, Asociacion española de Ciencia Regional, MADRID*, 199-121.
- Gutiérrez, J. (2004). El tren de alta velocidad y sus efectos especiales. *Investigaciones Regionales, Asociacion española de Ciencia Regional, Madrid*, 119-121.
- Gzov, E. (16 de Marzo de 2011). *Scrib*. Obtenido de Plan de revitalización cultural: <http://es.scribd.com/doc/50880659/3B-PLAN-DE-REVITALIZACION-CULTURAL-LAMAY>
- Hawes, G. (2003). Pensamiento crítico en la formacion universitaria. *Proyecto Mecesup* , 6.

- Hawkins, G., & Lamoreaux, L. (2001). *Tourism the new age*. California, EEUU: Trip and bussines publications.
- Hernandez Giron, J. d., & Yescas Leon, M. (2007). Factores de exito en los negocios de artesanias en Mexico. *Estudiso Gerenciales Scielo*, 26.
- INEC. (27 de Septiembre de 2012). *Infoeconomia* 5. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/info5.pdf>
- Iniesta, G. I. (1991). Los tratamientos patrimoniales del paisaje. *Leer, escribir y mostrar el entorno* (pág. 122). Querétaro , Mexico UNIVERSIDAD AUTONOMA DE QUERÉTARO: Lamas Editorial.
- Instituto de Investigacion Historica y Cultural Popular "Nuevo Alausi". (2008). *El ferrocarril mas dificil del mundo*. Quito: Republica Ecuador.
- Javier Gomez. (26 de Agosto de 2009). *Viajemos en tren.com*. Obtenido de Otras revistas de trenes: <http://viajemosentren.com/2009/08/26/otras-revistas-de-trenes/>
- Julián Pérez Porto, M. M. (08 de 2013). Definicion.de. Mexico, Guadalajara, Mexico.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Marketing versión para Latinoamérica*. México: PEARSON.
- Laclear, D. (Dirección). (2007). *El Tren mas dificil del Mundo* [Película].
- Lara Ramos, A. (1992). Una aspiracion hecha realidad. En A. Lara Ramos, *En el primer centenario del Ferrocarril* (págs. 146-152). Murcia- España: Hemeroteca Casa de los Tiros .

- Lickorish, L. y. (1997). Una introduccion al turismo. En L. y. Lickorish, *Una introduccion al turismo* (págs. 60-69). Madrid: Sintesis.
- Lopez, G. (2008). *Economía en el sector público* . España: Ariel.
- Lopez, G. (2015). *El bienestar desigual. Que queda de los derechos sociales después de la crisis*. Barcelona: Península.
- Luis, H. G. (2001). *Tourism the new age*. California, EEUU: Trip and bussines publications.
- Macário de Oliveira, V., Pasa, C., & Atalde, G. (2013). Indicadores de sustentabilidad para la actividad turística . *Estudios y Perspectiva del Turismo*, 192-197.
- Mamani, W. (2009). Definiciones y conceptos. *Turismo para empresas e instituciones publicas*, (pág. 15). Puno-Perú.
- Manrique, G. (2014). Economy of Latin America. *Bucks Community College*, 36.
- Martinez, E., & Josep, R. (2009). Determinantes de la demanda temporal de Turismo. *Investigaciones económicas*, 271-302.
- Mc Eachern, W. A. (1997). ECONOMIA, Una introduccion contemporánea. En W. A. MC Eachern, *ECONOMIA, Una introduccion contemporánea* (pág. 436). Connecticut: Thomson Editores.
- MCN biografias.com . (s/f de s/f de s/f). *El web de las biografias* . Obtenido de El web de la biografias : <http://www.mcnbiografias.com/app-bio/do/show?key=gladstone-william-edward>

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO. (2012). Marketing social y defensa patrimonial. *Nuestro Patrimonio*, 15-17.

Ministerio de Economía Chile; Grand Cru consultores. (2009). Levantamiento de perfiles ocupacionales para mejorar la economía del turismo. *Mejorando la Economía de Chile* (pág. 70). Santiago de Chile: Gobierno de Chile.

MINTUR . (12 de octubre de 2015). *Ministerio de Turismo ECUADOR*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/tag/wta-2015/> Acceso el 12/10/2015

Morangues, D. (2008). *ORGANIZACION DE ESTADOS IBEROAMERICANOS*. Obtenido de Turismo, Cultura y Desarrollo: <http://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmcbk1t7>

Moreno de Souza, J., & Farla, S. &. (2015). Desarrollo sustentable. Un índice para el circuito turístico Trilha dos inconfidentes. *Estudios y perspectivas en Turismo*.

Moreno, A. (2012). LA PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN TURÍSTICA DE CUZCO Y MACHU. *TUR Y DES Turismo y Desarrollo Local* , 23-24.

Moreno, C. (5 de Marzo de 2003). *Pontificie Universidad Católica del Perú*. Obtenido de Interculturalidad, políticas culturales y participación ciudadana: <http://red.pucp.edu.pe/ridei/files/2011/08/16.pdf>

Morenus, P. (2001). El problema económico : escasez de recursos pero necesidades ilimitadas. *Arte y ciencia del análisis económico* , 23.

Morley, J. (1903). The life of William Eward Gladstone. En J. Morley, *The life of William Eward Gladstone* (pág. 59). Londres: Around the world.

- Navarro, P., & Vejsberg, L. (2009). El producto turístico barilochense antes de Bustillos. *Estudios y Perspectiva en Turismo*, Buenos Aires, Argentina.
- Nicolau, J. (2013). Elección de la duración de las estancias turísticas. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 99-115.
- OECD. (s/f de 2009). *The impact of culture on tourism*. Obtenido de Better policies for better lives OECD: <https://www.oecd.org/cfe/tourism/42040227.pdf>
- OMT. (lunes, 14 de Julio de 2008). *El turismo como actividad económica*. Obtenido de Sancho Amparo y Dimitrios Buhalis: <http://www.e-unwto.org>
- OMT. (2009). Respuestas del Turismo Mundial a los nuevos retos de la economía global. *PASOS, REVISTA DE TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL*, 140.
- Organización Mundial de Turismo. (08 de Enero de 2017). *World Tourism Organization Network*. Obtenido de <http://www2.unwto.org/es>
- Panosso, A., & Lohmann, G. (2012). Conceptos, modelos y sistemas. En P. Alexandre, *Teoría del Turismo* (pág. 53). México: Editorial Trillas.
- Pardo, M. (2002). *La evaluación del impacto ambiental y social para el siglo XXI teorías, proceso, metodología*. Madrid: Fundamentos.
- Paredes, E. (septiembre de 2016). "EL PRODUCTO TURÍSTICO 'TREN DEL HIELO II'; Y SU APOORTE EN LA DINAMIZACIÓN DE CEVALLOS. Ambato, Tungurahua, Ecuador.
- Paredes, N. (2016). *Evaluación de impactos económicos*. San Miguel de Salcedo: UTA.

- Parra, S. (4 de Diciembre de 2014). *Africa Rovos Rail*. Obtenido de <https://www.africa/rovos-rail-el-viaje-en-tren-mas-caro-y-lujoso-del-mundo>
- Patrimonio , Rehabilitacion del ferrocarril ecuatoriano. (2010). *Cultura y Patrimonio*, 19-21.
- Pedro, N. F., & Laila, V. (2009). El producto turistico bariloquense antes de Bustillos. *Estudios y Perspectiva en Turismo* , Buenos aires . Argentina.
- Peláez, J., Lorenzo, P., & Cañizares, E. (2012). *Estudio de impacto económico*. Madrid: Pricewaterhouse Coopers S.L.
- Pena, J. (1978). La distancia P: un método para la medición del nivel del bienestar. *Revista española de Economía*, 49-89.
- Perez de la Heras, M. (2004). Manual de Turismo sustentable. En P. d. Manuel. Madrid: Mundi-Prensa.
- Pérez, J., & Merino, M. (08 de 2013). Definicion de Turismo. Mexico, Guadalajara.
- Pérez, V., Blancas, F., Gonzáles, M., Guerrero, F., Lozano, M., Pérez, F., & Caballero, R. (2009). Evaluación de la sostenibilidad del turismo rural mediante indicadores sintéticos. *Revista Investigacion Operacional*, 40-45.
- Prado, M. (2013). Emprendimientos productivos y culturales alrededor del Tren liderados por mujeres. *El rol de la mujer en la vida ferroviaria del Ecuador*, 75-84.
- Quiñónez, M.-H. T. (2012). Memorias de la Revolucion Alfarista. *Centenario "Hogera Barbara"*, 79-85.

- Quiroz, A. (2006). El tren como espacio semiótico desde una mirada cultural de frontera. *Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales- Universidad Nacional de Jujuy Argentina*, 15-31.
- Quiroz, A. U. (2006). El tren como espacio semiótico desde una mirada cultural de frontera. *Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales*, 15-31.
- Razeto, L. (1993). Incorporar solidaridad en la economía. En L. Razeto, *Los Caminos de la Economía de la solidaridad* (pág. 131). Santiago de Chile: Ediciones Vivarium.
- Razeto, L. (2002). *Empresas Alternativas*. Barcelona- España: Nordan.
- Real Academia de la Lengua Española, D. (2007). Larousse.
- Relloso, M. (12 de julio de 2014). *Sobre Japon*. Obtenido de Sobre Japon: <https://sobre-japon.com/author/maru/>
- Rodriguez, Y., & Malaver, M. (07 de 06 de 2009). *EVOLUCION HISTORICA DEL TURISMO*. Obtenido de EVOLUCION HISTORICA DEL TURISMO: <https://ehdt.wordpress.com/>
- Saltaren, L. (2014). Investigación, acción participativa. *Slideshare*, 16.
- Sancho; et al. (2010). El turismo en el sector industrial. *Introducción al turismo*, 16.
- SENPLADES ; FEED. (2013). FEED AL DIA. *GUARDAVIA*, 6.

Shulman, J. (10 de Julio de 2003). *Clima del emprendimiento organizado*. Obtenido de Clima del emprendimiento organizado: <http://www.ceo.cl/609/article-33507.html>

Singer, P. (1975). *Economía Política de la urbanización*. España: siglo XXI.

Smith, A. (1776). *An Inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. Reino Unido : Real.

Stiglitz, J., & Walsh, C. (2008). *Microeconomía*. Madrid: Ariel .

Subsecretaria de Desarrollo Económico . (2013). Claves para Emprendedores . *Ministerio de Desarrollo Económico del Gobierno de la ciudad de Buenos Aires*, 35.

Tamayo, M. (2003). Metodología de la investigación. En M. Tamayo, *El proceso de la investigación científica* (pág. 55). Mexico: Limusa.

Tartarini, J. D. (2005). Arquitectura Ferroviaria. En T. J. D., *Arquitectura Ferroviaria* (págs. 37-40). Buenos Aires- Argentina: Ediciones Colihue.

Timón, R. Á. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: Marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. *Cuadernos de Turismo*, 27-43.

Tinoco, O. (2017). Los impactos del Turismo en el Peru. *Producción y Gestión*, 96.

Torres, E. (2011). Actividad económica en el turismo. *Turismo y desarrollo regional*, 22-24.

Toyos, M., & Gorriez, G. (Mayo de 2010). *Universidad de Palermo Argentina*.
Obtenido de Publicaciones de Universidad de Palermo Argentina:
[http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?
id_articulo=3156&id_libro=135](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=3156&id_libro=135)

TREN Ecuador. (20 de DICIEMBRE de 2016). *TREN ECUADOR*. Obtenido de
<http://trenecuador.com/es/destinos/>

Tren Ecuador. (10 de Noviembre de 2017). Suspensión de ventas Tren del Hielo 2.
Quito, Pichincha, Ecuador.

Tyma, J. (2008). *Impacto de la actividad turística*. Mexico: Turismo MA.

UNION EUROPEA. (2011). TOURISM EUROPEAN. *ACTION FOR A MORE
SUSTAINABLE EUROPEAN TOURISM*, (págs. 68-69). BRUSELAS. UE.

Universidad Tecnica Particular de Loja . (25 de 02 de 2013). TURISMO EN LA
CARITA DE DIOS. *Portal* .

Valls, J. (1995). *Estructuración del producto turístico*. Barcelona: ESADE.

Wightman, T. (10 de Noviembre de 2010). *RHINOAFRICA*. Obtenido de
RHINOAFRICA: [http://blog.rhinoafrica.com/2011/11/10/responsible-rhino-
africa-in-the-spotlight/](http://blog.rhinoafrica.com/2011/11/10/responsible-rhino-africa-in-the-spotlight/)

WTTC. (06 de March de 2014). "*A History of the World Travel & Tourism Council*".
Obtenido de World Travel and Tourism Council: <https://www.wttc.org/>

ANEXOS

Autorización de Tren Ecuador a la realización de la Tesis



Oficio Nro. FEFP-FEEP-2017-0315-O

Quito, D.M., 25 de mayo de 2017

Asunto: Respuesta a solicitud para la realización de investigación para tesis

Jenny Alexandra Sandoval Duque
Egresada de la Maestría en Gerencia de Proyectos Ecoturísticos
UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO
En su Despacho

De mi consideración:

En respuesta al oficio s/n, de fecha 10 de mayo del 2017, comunico a Usted que Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública – FEEP, acepta conceder la autorización para la realización de su investigación educativa relacionada a su tema de tesis “Impacto económico generado en los emprendimientos de la ruta turística Tren del Hielo II”; previo la entrega del plan de tesis de su investigación.

Adicionalmente, informo a Usted que los datos obtenidos de este estudio deberán ser presentados a FEEP a través de la señorita Shadyra Tejada, funcionaria de la Gerencia de Comercialización, para su revisión, apoyo y acompañamiento, con quien deberá coordinar previamente las actividades que se realizarán para este fin; los datos de contacto de la funcionaria son: stejada@ferrocarrilesdelecuador.gob.ec, teléfono 23992100 ext 1171.

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,

Documento firmado electrónicamente

Ana María García Pando
GERENTE GENERAL

Copia:
Victor Hugo Jaramillo Campos
Gerente de Comercialización

st/cv/vj/fm

ANEXO.- Encuesta realizada a Emprendedores

Entrevista a Emprendedores Ruta Tren del Hielo 2

- 1.- ¿Cuánto tiempo lleva constituido su emprendimiento?
Menos de 1 año..... Menos de 5 años..... Más de 5 años.....
- 2.- ¿Cuánto tiempo está vinculado a Tren Ecuador?
Menos de 1 año..... Menos de 5 años..... Más de 5 años.....
- 3.- ¿Por qué se vinculó a la ruta Tren del Hielo 2?
- 4.- ¿Qué actividad comercial oferta en la ruta turística? Productor/artesano... Comerciante.....
- 5.- ¿Cuánto es su venta promedio con la visita de los turistas? Mensualmente... Anualmente.....
- 6.- ¿Qué días tiene Ud. mayor cantidad de venta?
Feriados..... Vacaciones escolares..... Semanas ordinarias.....
- 7.- En relación a otros años ¿Cuál considera Ud. Como el más productivo?
- 8.- ¿Que cree que le hace falta para mejorar sus ingresos?
Publicidad... Mas mercadería..... Visitas de turistas.....
- 9.- ¿Tiene otro ingreso económico o actividad comercial fuera de la ruta Tren del Hielo 2?
- 10.- Su emprendimiento percibe más ganancia:
Hoy que pertenece a la ruta... Antes de pertenecer a la ruta.....
- 11.- ¿Su negocio es rentable, por sí solo o por la vinculación a la ruta turística? Solo.. Por ruta
- 12.- ¿Cree Ud. que su emprendimiento ha mejorado gracias a la visita de turistas?
- 13.- ¿Cree Ud. Que ha mejorado su calidad de vida gracias a esta ruta turística?
- 14.- ¿Percibe Ud. Que su emprendimiento ha tenido un impacto económico por pertenecer a la ruta turística Tren del hielo tramo II?
Positivo..... Negativo.....
- 15.- ¿Quisiera seguir perteneciendo a esta ruta turística?
Si..... No..... Lo está considerando.....

ANEXO.- Encuesta aplicada hacia los turistas de las ruta “Tren del Hielo II”

Estimado pasajero:
Con su ayuda queremos conocer aspectos importantes para ayudar a nuestros emprendedores a continuar brindándoles el más alto estándar de calidad en el servicio. Por lo tanto, apreciamos conocer su opinión. ¡Muchas gracias!

1. ¿Cómo se enteró de la ruta turística Tren del hielo 2?

Radio/tv..... Prensa escrita..... Internet.....

Recomendación oral (boca-boca).....

Otra razón.....

2. ¿Por qué decidió viajar en esta ruta?

Vacaciones..... Cultura..... Compras.....

Investigación..... Curiosidad.....

3. Incluyéndose Ud. ¿Cuántas personas hicieron el viaje?

.....

4. ¿Cuánto dinero destino Ud. Para este viaje?

Sin incluir los ticket del tren \$.....

5. ¿En qué destino (estación) gasto más dinero?

AMBATO..... MOCHA URBINA... CEVALLOS...

6. ¿En qué productos gastó más?

Snacks..... Platos fuertes.....

Suvenir..... Ropa/Zapatos....

Otros.....

Continúa en la parte de atrás.....

7. ¿Qué le ha parecido en si toda la ruta ofertada?

Supero mis expectativas..... Estuvo bien.....

No es lo que esperaba..... No me gustó...

8. ¿Qué atractivos deberían incrementarse en esta ruta turística?

Danza..... Paseos ecológicos.....

Huertos frutales..... Zoológico.....

Ciclismo.....

9. ¿Repetiría Ud. Esta ruta turística en otra ocasión?

En el tren..... Particularmente..... No lo haría.....

10. En base a esta experiencia ¿Quisiera conocer las otras rutas turísticas de Tren Ecuador?

SI NO.....

Por qué?

.....

FECHA DEL VIAJE:

ANEXO. - Fotografías relacionadas al tema de investigación

Fotografía 1

Rehabilitación Estación de Ambato

2012



2017



Fuente: Archivos fotográfico Tren Ecuador

Fotografía2

Unidades que recorren la ruta AUTOFERRO 97



Fuente: Salida de campo

Fotografía 3

Unidades que recorren la ruta AUTOFERRO 93



Fuente: Salida de campo

Fotografía 4

Unidades que recorren la ruta “Tren del Hielo 2” TREN PANORAMICO



Fuente: Archivos fotográfico Tren Ecuador

Fotografía 5

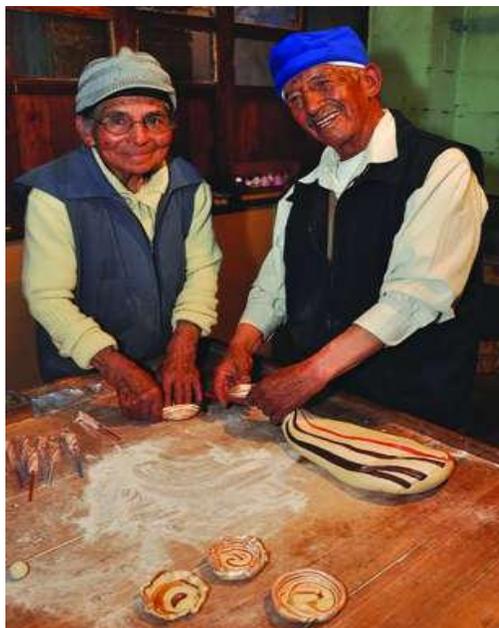
Unidades que recorren la ruta COCHES PATRIMONIALES



Fuente: Salida de campo

Fotografía 6

Caramelo artesanal “Don Manuelito” Cantón Cevallos



Fuente: Archivos fotográfico Tren Ecuador

Fotografía 7

DULCIFRESA “Productores de mermeladas” Cantón Cevallos



Fuente: Salida de campo

Fotografía 8

Cafetería de la Estación Urbina



Fuente: Salida de campo

Fotografía 9

Estación Urbina explicación guía local



Fuente: Archivos fotográfico Tren Ecuador

Fotografía 10

Plaza artesanal Estación Urbina Asociación de mujeres tejedoras Cantón Guano



Fuente: Salida de campo

Fotografía 11

Plaza artesanal Estación Urbina Venta de artesanías Cantón Guano



Fuente: Salida de campo

Fotografía 12

Socialización de propuesta con emprendedores de la ruta “Tren del Hielo2”



Fuente: Reunión Asociación

Fotografía 13

Socialización de propuesta con emprendedores de la ruta “Tren del Hielo2”



Fuente: Reunión Asociación

ANEXO Modelos de Actas y Solicitudes para la Certificación de Asociación.

**ACTA CONSTITUTIVA
DE LA ORGANIZACIÓN/ASOCIACIÓN**

PUNTO 1. Nombre de la Asociación:

Elija un elemento.

PUNTO 2. Nombres y apellidos completos, nacionalidad y número del documento de identidad de cada uno de los miembros fundadores:

| NOMBRES Y APELLIDOS | NACIONALIDAD | Nro. DOCUMENTO IDENTIDAD |
|----------------------------|---------------------|---------------------------------|
| | | |
| | | |
| | | |

- *agregar celdas en caso de ser necesario.*

PUNTO 3. Voluntad de los miembros fundadores de constituir la misma: las personas naturales y/o jurídicas arriba detalladas nos reunimos libre y voluntariamente y declaramos nuestra voluntad de constituir la Organización/Asociación de derecho privado con finalidad social y sin fines de lucro.

PUNTO 4. Fines y objetivos generales que se propone la organización: La Organización/Asociación tiene como fines y objetivos generales:

FINES GENERALES:

OBJETIVOS GENERALES:

PUNTO 5. Nómina de la directiva provisional

| DIGNIDAD | NOMBRES Y APELLIDOS | Nro. DOCUMENTO IDENTIDAD |
|------------------|----------------------------|---------------------------------|
| PRESIDENTE/A | | |
| VICEPRESIDENTE/A | | |
| SECRETARIO/A | | |
| TESORERO/A | | |

PUNTO 6. Nombres, apellidos y número del documento de identidad de la persona que se hará responsable de realizar el trámite de legalización de la organización, teléfono, correo electrónico y domicilio donde recibirá notificaciones: La directiva provisional de la Organización/Asociación delega y autoriza al Sr/a -----
- con documento de identidad Nro. -----, teléfono Nro. -----,
correo electrónico: -----, y el domicilio para recibir notificaciones en
las Calles ----- de la ciudad de ----- para que sea la
responsable de realizar el trámite de legalización de la presente
Organización/Asociación.

PUNTO 7. Estatutos aprobados por la asamblea: Los miembros fundadores declaramos que hemos leído y por lo tanto aprobamos los estatutos de nuestra organización que se presenta para su aprobación.

PUNTO 8. Domicilio de la Organización: La Organización/Asociación tendrá su domicilio en el Cantón -----, Provincia de -----, en las Calles -----
-----, edificio -----, piso -----, número de teléfono -----
--- y la dirección electrónica es -----

Para constancia, los miembros fundadores firmamos en (2) ejemplares de igual contenido, en esta ciudad de -----, a -----

-----firma

AUTOCONVOCATORIA

A LA ASAMBLEA GENERAL EXTRAORDINARIA CORPORACIÓN/FUNDACIÓN/ASOCIACIÓN “

En,, a

Por la presente, NOS convocamos los socios/miembros a la Asamblea General EXTRAORDINARIA de nuestra organización a celebrarse el:

| FECHA | HORA | LUGAR Y DIRECCIÓN |
|-------------------------|-------|--|
| 15 DE DICIEMBRE DE 2017 | 16H30 | SEDE LA ORGANIZACIÓN, UBICADA EN LA CALLE MARIA LEPRAN Y JUBILOS |

Para tratar los asuntos contenidos en el siguiente:

ORDEN DEL DÍA:(Ejemplos de puntos que puede tratar - depende de las necesidades de cada organización)

- 1.- Lectura del acta anterior.
- 2.- Lectura y aprobación del acta anterior.
- 3.- Memoria de actividades y estado de cuentas del periodo 01-01-201 al 31-12-201....
- 4.- Plan de actividades y presupuesto para el periodo 01-01-201... al 31-12-201....
- 5.- Elección de la directiva, periodo 01-01-201..... al 01-01-201....
- 6.- Inclusión o exclusión de miembros.
- 7.- Aprobar reformas del estatuto.
- 8.- Asuntos varios (describir)

Si a la hora convocada no existiere el quórum estatutario, se sesionará HORA(S) más tarde, conforme lo dispone el Art. del estatuto; y los acuerdos según el quórum decisorio serán de cumplimiento obligatorio para todos los miembros.

Tod@s l@s miembr@s que así lo deseen y soliciten, tendrán a su disposición copia de los documentos que serán aprobados en la Asamblea General convocada.

Se solicita encarecidamente la asistencia a la misma.

Atentamente,

| NOMBRES Y APELLIDOS | Nro. DOCUMENTO DE IDENTIDAD | FIRMA |
|---------------------|-----------------------------|-------|
| | | |

- **Agregar celdas en caso de ser necesario.**

CONVOCATORIA

A LA ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA/EXTRAORDINARIA CORPORACIÓN/FUNDACIÓN/ASOCIACIÓN “.....”

En,, a

Por la presente, se convoca a los socios/miembros a la Asamblea General ORDINARIA/EXTRAORDINARIA de nuestra organización a celebrarse el:

| FECHA | HORA | LUGAR Y DIRECCIÓN |
|-------------------------|-------|--|
| 15 DE DICIEMBRE DE 2017 | 16H30 | SEDE LA ORGANIZACIÓN, UBICADA EN LA CALLE MARIA LEPRAN Y JUBILOS |

Para tratar los asuntos contenidos en el siguiente:

ORDEN DEL DÍA:(Ejemplos de puntos que puede tratar - depende de las necesidades de cada organización)

- 1.- Lectura del acta anterior.
- 2.- Lectura y aprobación del acta anterior.
- 3.- Memoria de actividades y estado de cuentas del periodo 01-01-201..al 31-12-201...
- 4.- Plan de actividades y presupuesto para el periodo 01-01-201.. al 31-12-201...
- 5.- Elección de la directiva, periodo 01-01-201... al 01-01-201....
- 6.- Inclusión o exclusión de miembros.
- 7.- Aprobar reformas del estatuto.
- 8.- Asuntos varios (describir)

Si a la hora convocada no existiere el quórum estatutario, se sesionará HORA(S) más tarde, conforme lo dispone el Art. del estatuto; y los acuerdos según el quórum decisorio serán de cumplimiento obligatorio para todos los miembros.

Tod@s l@s miembr@s que así lo deseen y soliciten, tendrán a su disposición copia de los documentos que serán aprobados en la Asamblea General convocada.

Se solicita encarecidamente la asistencia a la misma.

Atentamente,

PRESIDENTE/A

SECRETARIO/A

Los campos y texto con letras de color azul deben ser llenados y/o escogidos según corresponda.

**SOLICITUD PARA REGISTRO DE DIRECTIVA DE ORGANIZACIONES
SOCIALES**

Ambato, de de 2018

Señor
Abg. Fernando Hidalgo Quintanilla
DIRECTOR REGIONAL
MINISTERIO DEL TRABAJO Y SERVICIO PÚBLICO
Presente.-

De mi consideración:

Sr., en calidad de Representante Legal de la Organización **Corporación**, **ASOCIACION DE**, constituida Haga clic aquí para escribir texto., con domicilio en, me permito adjuntar la convocatoria y el acta de asamblea, realizada en, en la que se procedió a elegir la Directiva de la Organización.

Por lo cual solicito el Registro de la Directiva, para el período inicio y termina, conformada de la siguiente manera:

| DIGNIDAD (*) | NOMBRES Y APELLIDOS | CEDULAS |
|-------------------------------|--------------------------------|---------|
| PRESIDENTE | MANUEL CRUZ LARA GUAMBO | |
| VICEPRESIDENTE | | |
| SECRETARIO | | |
| TESORERO | | |
| PRIMER VOCAL PRINCIPAL | | |

Las notificaciones correspondan las recibiré en:....@gmail.com y celular..... del representante legal

Por la atención que se digne dar a la presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,
Representante Legal Haga clic aquí para escribir texto.

**SOLICITUD PARA REGISTRO DE SOCIOS ACTIVOS
ORGANIZACIONES SOCIALES**

[Haga clic aquí para escribir texto.](#)

**Señor
Abg. Fernando Hidalgo Quintanilla
DIRECTOR REGIONAL
MINISTERIO DEL TRABAJO Y SERVICIO PÚBLICO
Presente.-**

De mi consideración:

[Haga clic aquí para escribir texto.](#), en calidad de Representante Legal de la Organización [Elija un elemento.](#) [Haga clic aquí para escribir texto.](#), constituida mediante [Elija un elemento.](#) [Haga clic aquí para escribir texto.](#), de [Haga clic aquí para escribir texto.](#); y con la última reforma de su estatuto mediante [Elija un elemento.](#) [Haga clic aquí para escribir texto.](#), de [Haga clic aquí para escribir texto.](#), con domicilio en [Haga clic aquí para escribir texto.](#)

Por medio de la presente me permito adjuntar la nómina de socios activos en Excel (CD). El listado explicativo se lo adjunta en un CD:

Las notificaciones que me correspondan las recibiré en: [Haga clic aquí para escribir texto.](#)

Por la atención que se digne dar a la presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

[Haga clic aquí para escribir texto.](#)

Representante Legal