



**Evaluación de la ruta turística Tren del Hielo I y su incidencia en los emprendimientos
turísticos**

Medina Apolo, Joe Rafael y Salazar Churaco, Carlos Asdrubal

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio

Carrera de Licenciatura en Turismo

Trabajo de integración curricular, previo a la obtención del título de Licenciatura en Turismo

Ing. Palomino Siza, Luis Benigno

24 de febrero del 2023

Latacunga

Reporte de verificación de contenidos



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
Mugster

Proyecto UIC Medina Joe –Salazar Carlos

3% Similitudes

de Texto entre comillas
+ 1% similitudes entre palabras
+ 1% similitud no reconocida

Nombre del documento: Proyecto UIC Medina Joe –Salazar Carlos.pdf
ID del documento: d528a27ca050a797911a9c70a024f14058a870
Tamaño del documento original: 1,3 Mb

Depositante: LUIS BENIGNO PALOMBO SIZA
Fecha de depósito: 19/02/2021
Tipo de carga: Interfaz
Fecha de fin de análisis: 13/02/2021

Número de palabras: 31.790
Número de caracteres: 208.760

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes

Fuentes principales detectadas

Nº	Descripción	Similitudes	Utilizaciones	Datos adicionales
1	www.zdnet.com.pe https://www.zdnet.com.pe/analisis-de-los-planes-de-accion-de-los-empresarios-que-queren-crear-una-empresa-nueva/	< 1%		Palabras idénticas: + 1% (24 palabras)
2	www.zeddyz.org http://www.zeddyz.org/analisis-de-los-planes-de-accion-de-los-empresarios-que-queren-crear-una-empresa-nueva/	< 1%		Palabras idénticas: + 1% (25 palabras)
3	www.zeddyz.org Análisis del impacto socioeconómico que genera la tasa del interés de las... https://www.zeddyz.org/analisis-del-impacto-socioeconomico-que-genera-la-tasa-del-interes-de-las-empresas-que-queren-crear-una-empresa-nueva/	< 1%		Palabras idénticas: + 1% (118 palabras)
4	www.zeddyz.org El turismo como estrategia de desarrollo local http://www.zeddyz.org/analisis-del-impacto-socioeconomico-que-genera-la-tasa-del-interes-de-las-empresas-que-queren-crear-una-empresa-nueva/	< 1%		Palabras idénticas: + 1% (26 palabras)
5	www.zeddyz.org Un emprendimiento exitoso, comienza en la ciudad empresarial http://www.zeddyz.org/analisis-del-impacto-socioeconomico-que-genera-la-tasa-del-interes-de-las-empresas-que-queren-crear-una-empresa-nueva/	< 1%		Palabras idénticas: + 1% (21 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripción	Similitudes	Utilizaciones	Datos adicionales
1	library.co Paso turístico - Diseño y gestión en color la ruta turística de la comarca... http://www.library.co/analisis-del-impacto-socioeconomico-que-genera-la-tasa-del-interes-de-las-empresas-que-queren-crear-una-empresa-nueva/	< 1%		Palabras idénticas: + 1% (27 palabras)
2	www.digipace.unach.edu.ec http://www.digipace.unach.edu.ec/analisis-del-impacto-socioeconomico-que-genera-la-tasa-del-interes-de-las-empresas-que-queren-crear-una-empresa-nueva/	< 1%		Palabras idénticas: + 1% (28 palabras)
3	digipace.unach.edu.ec Diseño de una Ruta Turística para el turismo (Parques, praderas... http://digipace.unach.edu.ec/analisis-del-impacto-socioeconomico-que-genera-la-tasa-del-interes-de-las-empresas-que-queren-crear-una-empresa-nueva/	< 1%		Palabras idénticas: + 1% (28 palabras)
4	digipace.unach.edu.ec PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE BARRAS... http://www.digipace.unach.edu.ec/analisis-del-impacto-socioeconomico-que-genera-la-tasa-del-interes-de-las-empresas-que-queren-crear-una-empresa-nueva/	< 1%		Palabras idénticas: + 1% (19 palabras)
5	digipace.unach.edu.ec http://digipace.unach.edu.ec/analisis-del-impacto-socioeconomico-que-genera-la-tasa-del-interes-de-las-empresas-que-queren-crear-una-empresa-nueva/	< 1%		Palabras idénticas: + 1% (28 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas)

Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- <http://digipace.unach.edu.ec>
- <http://digipace.unach.edu.ec>
- <http://digipace.unach.edu.ec>
- <http://digipace.unach.edu.ec>
- <http://digipace.unach.edu.ec>



Ing. Palomino Siza, Luis Benigno
Director



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Licenciatura en Turismo

Certificación

Certifico que el trabajo de integración curricular: "Evaluación de la Ruta Turística Tren del Hielo I y su Incidencia en los Emprendimientos Turísticos" fue realizado por los señores **Medina Apolo, Joe Rafael** y **Salazar Churaco, Carlos Asdrubal**, el mismo que cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, además fue revisado y analizada en su totalidad por la herramienta de prevención y/o verificación de similitud de contenidos; razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que se lo sustente públicamente.

Latacunga, 24 de febrero de 2023



Ing. Patomino Siza, Luis Benigno
C.C 1716550676



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Licenciatura en Turismo

Responsabilidad de Autoría

Nosotros, **Medina Apolo, Joe Rafael** con cédula de ciudadanía n° 0705974020, y **Salazar Churaco, Carlos Asdrubal**, con cédula de ciudadanía n° 1727792457, declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de integración curricular: **Evaluación de la Ruta Turística Tren del Hielo I y su incidencia en los Emprendimientos Turísticos** es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Latacunga, 24 de febrero de 2023


Medina Apolo, Joe Rafael
C.C.: 0705974020


Salazar Churaco, Carlos Asdrubal
C.C.: 1727792457



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Licenciatura en Turismo

Autorización de Publicación

Nosotros, **Medina Apolo, Joe Rafael** con cédula de ciudadanía n° 0705974020, y **Salazar Churaco, Carlos Asdrubal**, con cédula de ciudadanía n° 1727792457, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de integración curricular: **Evaluación de la Ruta Turística Tren del Hielo I y su incidencia en los Emprendimientos Turísticos** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra responsabilidad.

Latacunga, 24 de febrero de 2023


.....
Medina Apolo, Joe Rafael

C.C.: 0705974020


.....
Salazar Churaco, Carlos Asdrubal

C.C.: 1727792457

Dedicatoria

Es con una profunda emoción y gratitud que les dedico el presente trabajo a mis padres, hermano, abuelitos y familiares, por ser mi pilar de apoyo incondicional a lo largo de mi camino académico, ser mi fuente de motivación, por creer en mí y por animarme a seguir adelante, incluso en los momentos más difíciles.

Joe Rafael, Medina Apolo

Este logro es dedicado a mis seres queridos: mis padres, hermanas, amigos y familiares. Gracias por estar a mi lado en los buenos y malos momentos, por ser mi pilar de fuerza y por nunca dejarme solo, por sus palabras de aliento y consejos valiosos que me ayudaron a crecer y progresar en mi carrera académica. Aprecio su confianza en mí y en mis habilidades. Aprecio el apoyo incondicional de cada uno de ustedes y por jamás dejarme solo. También quiero dedicar este logro a Jennifer Vicente, quien, a pesar de la distancia, me motiva a dar lo mejor de mí, por ayudarme a mantenerme enfocado y por ser un recordatorio constante de que nunca es tarde para perseguir mis sueños.

Carlos Asdrubal, Salazar Churaco

Agradecimiento

A mis padres Rafael y Jessenia por ser quienes me han apoyado desde el principio para cumplir mis sueños, gracias a mi padre por siempre estar velando por mi seguridad y bienestar, por su apoyo y grandes enseñanzas que me han convertido en la persona que soy ahora; gracias a mi madre por siempre motivarme a que jamás me rinda y enseñarme que a base de carácter y esfuerzo todo se puede lograr.

Joe Rafael, Medina Apolo

A mis padres Margoth y Alfonso por ser el motor que impulsa mis sueños y esperanzas, quienes estuvieron siempre a mi lado en los días y noches más difíciles durante mis horas de estudio. A mi madre, gracias por escucharme y darme siempre ese amor de madre evitando que me rinda y explore más allá de mis capacidades. A mi padre, gracias por aconsejarme y moldear mi carácter con sus enseñanzas y regaños.

Quiero expresar mi profunda gratitud a la vida por este nuevo logro. También quiero agradecer a todas las personas, amigos y familiares, que me brindaron su apoyo incondicional durante todo este proceso. Gracias por creer en mí y por estar a mi lado en los momentos más difíciles.

Estoy muy agradecido por su presencia en mi vida.

Carlos Asdrubal, Salazar Churaco

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula.....	1
Reporte de verificación de contenidos	2
Certificación	3
Responsabilidad de autoría	4
Autorización de Publicación	5
Dedicatoria	6
Agradecimiento.....	7
Índice de contenidos.....	8
Índice de tablas	11
Índice de figuras	13
Resumen	15
Abstrac	16
Capítulo I: Problema y marco teórico.....	17
Generalidades.....	17
<i>Introducción.....</i>	<i>17</i>
<i>Planteamiento del problema</i>	<i>18</i>
<i>Formulación del problema</i>	<i>19</i>
<i>Justificación e importancia.....</i>	<i>19</i>
<i>Objetivos de investigación</i>	<i>20</i>
<i>Idea a defender</i>	<i>20</i>
<i>Variables</i>	<i>20</i>
Marco teórico.....	22
Ruta turística	22
<i>Origen de las rutas turísticas</i>	<i>22</i>
<i>Rutas turísticas en Ecuador</i>	<i>25</i>

<i>Rutas turísticas de la empresa Ferrocarriles Ecuador</i>	29
<i>Impactos del turismo y desarrollo local</i>	33
Emprendimientos turísticos	36
<i>Historia de los emprendimientos turísticos</i>	36
<i>Evolución de los emprendimientos turísticos en el Ecuador</i>	40
<i>Emprendimientos turísticos desarrollados alrededor de rutas</i>	44
<i>Herramientas para la evaluación de los emprendimientos y rutas turísticas</i>	49
Capítulo II: marco metodológico	55
Introducción al marco metodológico	55
Método de investigación	56
<i>Cualitativa</i>	56
<i>Cuantitativa</i>	56
Tipo de investigación	57
<i>Documental</i>	57
<i>De campo</i>	57
Población y muestra	58
Recolección de información – datos	60
<i>Entrevistas</i>	60
<i>Encuestas</i>	61
Procesamiento de información	61
Análisis de resultados.....	62
<i>Economía de la experiencia</i>	62
<i>Experiencia turística</i>	63
<i>Definición de alternativas de solución</i>	65
Capítulo III: Análisis y discusión de resultados	67

	10
Introducción.....	67
Economía de la experiencia.....	71
Experiencia Turística.....	81
Definición de alternativas de solución	105
<i>Análisis FODA</i>	105
<i>Direccionamiento estratégico</i>	108
<i>Proyección estratégica</i>	119
<i>Despliegue de proyectos</i>	125
Conclusiones	136
Recomendaciones	137
Bibliografía	138
Anexos.....	154

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Precursores del turismo</i>	23
Tabla 2 <i>Principales rutas turísticas del Ecuador</i>	25
Tabla 3 <i>Principales rutas turísticas ofertadas por la empresa Ferrocarriles Ecuador</i>	29
Tabla 4 <i>Impactos de la ruta turística Tren del Hielo I</i>	35
Tabla 5 <i>Tipos de emprendimientos Turísticos</i>	42
Tabla 6 <i>Etapas para el desarrollo de un producto turístico</i>	48
Tabla 7 <i>4Ps de Marketing</i>	53
Tabla 8 <i>Fórmula de población finita</i>	58
Tabla 9 <i>Datos generales de la ruta turística Tren del Hielo I</i>	68
Tabla 10 <i>Valoración del producto a la ruta turística Tren del Hielo I</i>	71
Tabla 11 <i>Emprendimientos turísticos de la ruta Tren del Hielo I</i>	74
Tabla 12 <i>Número de turistas que realizaron la ruta Tren del Hielo I e ingreso anual percibido</i>	81
Tabla 13 <i>Productos tangibles e intangibles en la Ruta Tren del Hielo 1</i>	82
Tabla 14 <i>Datos generales de los entrevistados</i>	96
Tabla 15 <i>Entrevista</i>	97
Tabla 16 <i>Matriz de resumen – Síntesis FODA</i>	106
Tabla 17 <i>Matriz de acción FO</i>	109
Tabla 18 <i>Matriz de acción DA</i>	110
Tabla 19 <i>Matriz de acción FA</i>	112
Tabla 20 <i>Matriz de acción DO</i>	113
Tabla 21 <i>Ratio de balance de fuerza</i>	114
Tabla 22 <i>Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relevantes</i>	115
Tabla 23 <i>Matriz de síntesis estratégica</i>	117
Tabla 24 <i>Planificación de proyectos</i>	119

Tabla 25 <i>Matriz de priorización de proyectos</i>	122
Tabla 26 <i>Proyectos priorizados</i>	125
Tabla 27 <i>Presupuesto Proyecto N°10</i>	127
Tabla 28 <i>Presupuesto Proyecto N°15</i>	128
Tabla 29 <i>Presupuesto Proyecto N°13</i>	129
Tabla 30 <i>Presupuesto Proyecto N°3</i>	130
Tabla 31 <i>Presupuesto Proyecto N°1</i>	131
Tabla 32 <i>Presupuesto Proyecto N°4</i>	132
Tabla 33 <i>Presupuesto Proyecto N°2</i>	133
Tabla 34 <i>Presupuesto Proyecto N°12</i>	134
Tabla 35 <i>Presupuesto Proyecto N°6</i>	135

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Emprendimientos Turísticos: Fundamentos para Evaluación y Formulación de Proyectos Turísticos</i>	39
Figura 2 <i>Pasos para emprender</i>	44
Figura 3 <i>Fomento del emprendimiento turístico y el mejoramiento de las MiPymes turísticas</i>	46
Figura 4 <i>Emprendimientos turísticos</i>	47
Figura 5 <i>Elementos de Fichas de recursos</i>	50
Figura 6 <i>Indicadores de Sostenibilidad Turística</i>	52
Figura 7 <i>Estructura de la metodología</i>	55
Figura 8 <i>Funciones desempeñadas por los entrevistados</i>	60
Figura 9 <i>Número de llegada de turistas al Ecuador</i>	80
Figura 10 <i>Género</i>	84
Figura 11 <i>Rango de edad</i>	84
Figura 12 <i>Nivel de instrucción académica</i>	85
Figura 13 <i>Ocupación del encuestado</i>	86
Figura 14 <i>Pregunta 1. ¿Tuvo usted la oportunidad de recorrer la ruta turística Tren del Hielo I?</i>	86
Figura 15 <i>Pregunta 2. ¿Está usted de acuerdo en que la ruta Tren del Hielo I atraía gran cantidad de turistas?</i>	87
Figura 16 <i>Pregunta 3. En la ruta Tren del Hielo I actualmente cerrada ¿Qué tipos de turismo cree usted que se podrían desarrollar?</i>	88
Figura 17 <i>Pregunta 4. ¿Qué actividades se desarrollaban antes del cierre de la ruta Tren del Hielo I?</i>	89
Figura 18 <i>Pregunta 5. ¿Estaría usted de acuerdo con la reactivación de la ruta Tren del Hielo I?</i>	90

Figura 19 <i>Pregunta 6. ¿Qué tipo de emprendimientos turísticos ha visitado usted durante el recorrido de la ruta Tren del Hielo I?.....</i>	91
Figura 20 <i>Pregunta 7. ¿Está usted de acuerdo en que los emprendimientos turísticos son de importancia para el desarrollo del turismo en la zona?.....</i>	92
Figura 21 <i>Pregunta 8. Según la siguiente escala de valoración, ¿Qué tanto cree usted que afectó el cierre de la ruta a los emprendimientos turísticos?.....</i>	93
Figura 22 <i>Pregunta 9. ¿Cree usted que la calidad de servicios que ofertan los emprendimientos turísticos operativos dentro de la ruta Tren del Hielo I son los adecuados?.....</i>	94
Figura 23 <i>Pregunta 10. ¿Está usted de acuerdo con la implementación de más emprendimientos turísticos en la zona para satisfacer las necesidades de los visitantes?</i>	95

Resumen

Este estudio fue desarrollado para identificar el estado actual de la ruta Tren de Hielo I y sus emprendimientos, para lo cual se ocupó la metodología de Bernal y Hernández, por tanto, en el primer capítulo se detallan los datos generales de la ruta Tren del Hielo I, el planteamiento, la formulación y justificación del problema, así como también se definen los objetivos generales y específicos, posteriormente, para iniciar con el desarrollo del marco teórico se emplean dos variables específicas (rutas turísticas y emprendimientos turísticos), por otra parte, se hace uso de una estructura metodológica en la que se definen los métodos de investigación cualitativa y cuantitativa, asimismo, se plantea una investigación documental y de campo, por otro lado, se usan herramientas de recolección de datos como las entrevistas y encuestas, para de esta manera procesar la información con el apoyo de herramientas estadísticas, y así posteriormente establecer estrategias y los proyectos que son necesarios para los emprendimientos turísticos que aún se mantienen activos en la ruta Tren del Hielo I, con el fin de mejorar su calidad en la prestación de servicios y productos turísticos para generar nuevas experiencias en los turistas.

Palabras clave: Emprendimientos turísticos, rutas turísticas, Tren del Hielo, prestación de servicios, proyectos turísticos.

Abstrac

This study was developed to identify the current state of the Ice Train I route and its undertakings, for which the Bernal and Hernández methodology was used, therefore, in the first chapter the general data of the Ice Train route are detailed. I, the approach, formulation and justification of the problem, as well as the general and specific objectives are defined, later, to start with the development of the theoretical framework, two specific variables are used (tourist routes and tourism ventures), on the other hand, use is made of a methodological structure in which the qualitative and quantitative research methods are defined, likewise, a documentary and field research is proposed, on the other hand, data collection tools such as interviews and surveys are used, to In this way, process the information with the support of statistical tools, and thus later establish strategies and projects that are necessary. necessary for tourism enterprises that are still active on the Ice Train I route, in order to improve their quality in the provision of tourism services and products to generate new experiences for tourists.

Keywords: Tourist enterprises, tourist routes, Tren del Hielo, service provision, tourist projects.

Capítulo I

Problema y marco teórico

Generalidades

Introducción

La construcción del sistema de transporte ferroviario del país inició en el año de 1872 siendo este considerado uno de los proyectos más importantes de aquel entonces debido a que conectaría a dos grandes ciudades como lo son Guayaquil y Quito. Es así que, en el 2008 se declaró como Patrimonio del Estado, este hecho dio paso a la creación del tren crucero considerado como un atractivo turístico referente que tiene el país a nivel nacional e internacional. No cabe duda que el aporte económico que este genera es enorme ya que en el año 2016 la ruta del tren tuvo un flujo turístico de 114773 personas dando como resultado un crecimiento turístico del 4.79% (Herrera & Verónica, 2020).

De igual forma, en la provincia de Chimborazo en el año de 2012 se inauguró la ruta Tren de Hielo I con la presencia de comunidades aledañas al volcán Chimborazo, así mismo, Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública (FEEP) fue quien se encargó de entregar la remodelada estación que se encuentra ubicada a 3.618 m.s.n.m, cabe destacar que, en esta ruta se logra observar una gran variedad de paisajes helados en donde en ciertas épocas del año se puede caminar sobre la nieve. Cabe recalcar que el impacto que ha tenido en las comunidades aledañas con respecto al turismo es grande, debido a que permite dar a conocer sus artesanías, costumbres y tradiciones indígenas e incluso tener la oportunidad de conocer al último hielero Baltazar Ushca.

La ruta turística Tren del Hielo I es considerado como un proyecto el cual se basa en el desarrollo sostenible, su objetivo principal es lograr un bien social, cultural y económico entre las comunidades cercanas a la ruta, de esta forma se ha podido fortalecer las diferentes

actividades turísticas generadas dentro de cada comunidad dándole un mayor realce e importancia a su patrimonio histórico.

El presente trabajo de investigación está basado en cuatro capítulos los cuales permiten conocer cuál ha sido el impacto generado sobre las empresas turísticas tras la creación de la ruta turística Tren del Hielo I partiendo de un problema, marco teórico, metodología, evaluación de los emprendimientos turísticos y el desarrollo de proyectos y líneas para los emprendimientos turísticos.

Planteamiento del problema

Los motivos para el cierre de los emprendimientos turísticos dentro de la ruta Tren del Hielo I son varios, el talento humano no cualificado para la prestación de servicios se hace notorio al no existir instituciones de formación turística cerca de la zona, a esto se suma el desconocimiento de técnicas de atención al cliente. Como consecuencia, esto ha afectado en la demanda de los servicios y productos turísticos gracias a la débil organización comunitaria en relación con el turismo, por ende, la permanencia de los visitantes en los diferentes destinos de la ruta es limitada.

Así mismo, existe una falta de recursos económicos que deben ser otorgados por las diferentes autoridades, es así que se evidencia el poco interés generado por parte del gobierno y los diferentes Gad's municipales y parroquiales, por consiguiente, el ex presidente Lenín Moreno en el art. 1 del Decreto Ejecutivo N°1057 dispone el cierre de la Empresa Ferrocarriles del Ecuador debido al bajo desempeño económico del sector, además de la reducción en las ventas de servicios turísticos en la zona.

Cabe destacar que la poca promoción turística de la ruta Tren del Hielo I ha influido en el cierre de los emprendimientos turísticos, esto se debe a que existió un desconocimiento al momento de generar un plan comunicacional efectivo y por ende el asesoramiento de marketing turístico aplicado fue ineficiente. Por tal razón, la ausencia de turistas nacionales y extranjeros con el pasar de los años desde la apertura de la ruta se hizo cada vez más

evidente, esto debido a la limitada información sobre los atractivos turísticos que ofrece la ruta y a la falta de campañas turísticas que se debieron realizar a nivel nacional e internacional.

De la misma forma, entre los motivos más evidentes para que se haya generado un declive en la llegada de turistas a la ruta Tren del Hielo I se encuentra principalmente en las diferentes dificultades presentadas en el desplazamiento de turistas para llegar a la estación del tren, además de que los sitios aledaños a la ruta son de poco interés para los turistas. Por tal motivo, el escaso desarrollo de las comunidades aledañas se debe a la falta de interés de las mismas produciendo un estancamiento en el desarrollo del sector turístico, afectando directamente a los emprendimientos turísticos de la zona.

Formulación del problema

¿De qué manera el análisis de la ruta Tren del Hielo I contribuye a entender la incidencia en los emprendimientos turísticos?

Justificación e importancia

Gambarota & Lorda (2017) mencionan que “la conformación de rutas turísticas resulta una gran oportunidad en lugares donde existen recursos potencialmente turísticos, que no son utilizados o son promovidos en forma aislada, constituyendo una opción de desarrollo local/regional endógeno” (p. 356), por lo tanto, las rutas turísticas a mas de explotar un recurso natural son vistas como un medio de desarrollo de la localidad, generando progresos socioeconómicos. Siendo así la Ruta Tren del Hielo I un producto representativo de la provoncia de Chimborazo y una fuente generadora de empleo y desarrollo local.

Por consiguiente, la ruta Tren del Hielo I tuvo un gran impacto con respecto a los emprendimientos turísticos, debido a que las comunidades aprovecharon para ofrecer productos locales, así como productos y servicios turísticos. Aun así su cierre afectó de manera directa a 600 emprendedores que dejaron de trabajar debido a que ellos ofrecían refrigerios, artesanías,

guianza por senderos naturales y otros servicios a los viajeros que llegaban en tren cada fin de semana y en los feriados a sus comunidades (Marquez, 2020).

En tal sentido, el presente trabajo es importante porque a través de este se analiza el grado de influencia de la ruta Tren del Hielo I en las empresas y emprendimientos turísticos, conociendo cual ha sido su impacto tras el cierre de la ruta, con la recopilación y análisis de información bibliográfica con el fin de cumplir con los objetivos establecidos.

Por otro lado, la información conseguida contribuye con indicadores que describen la situación actual de los pobladores de las comunidades aledañas a la ruta, además de establecer proyectos para que los emprendimientos turísticos vuelvan a surgir o prestar sus servicios y productos turísticos nuevamente.

Objetivos de investigación

a) Objetivo general:

Analizar la ruta turística Tren del Hielo I y su incidencia en los emprendimientos turísticos.

b) Objetivos Específicos

- ✓ Establecer la fundamentación teórica y conceptual que sustenten la investigación.
- ✓ Evaluar la situación actual de los emprendimientos turísticos a lo largo de la ruta turística Tren del Hielo I.
- ✓ Formular proyectos para el desarrollo y fortalecimiento de los emprendimientos turísticos en la ruta turística Tren del Hielo I.

Idea a defender

El análisis de la ruta Tren del Hielo I permite entender de qué manera incidió el cierre de esta ruta en los emprendimientos turísticos.

Variables

- ✓ **Variable independiente:** Ruta turística

- ✓ **Variable dependiente:** Emprendimientos turísticos

Marco teórico

Ruta turística

Origen de las rutas turísticas

Briedenhann & Wickens (2003, como se citó en López & Sánchez, 2008) mencionan que una ruta turística se la puede considerar como un cluster de actividades y atracciones que incentivan la cooperación entre diferentes áreas y que sirven de vehículo para estimular el desarrollo económico a través del turismo, por otro lado, Fernández & Ramos (2005) sugieren que las rutas turísticas deben “ofrecer a quienes la recorren una serie de placeres y actividades relacionadas con los elementos distintivos de la misma. Debe presentar una imagen integral a partir de la complementariedad entre sitios, servicios, atractivos y lenguaje comunicacional” (p.106).

Según Rodríguez (2010) las rutas turísticas pueden ser vistas a su vez como productos turísticos, mismas que se encargan de emitir información hacia los turistas con respecto a las actividades que se podrán realizar en el lugar aplicado. Dichas rutas turísticas se encuentran conformadas por elementos que se ofertan a los turistas dentro del mercado. Por su parte, Chan (1996, como se citó en Imbaquingo, 2016) menciona que una ruta turística se considera como una propuesta que es estandarizada sobre los lugares además de las actividades que posee un lugar específico al cual es visitado, donde también se debe considerar aspectos tales como los tiempos y la duración que tienen las visitas, se define como una modalidad que es parte de los productos turísticos donde su base es el empleo de un itinerario previamente planificado con la finalidad que exista la mejor orientación del destino de viaje en los pasajeros.

Dicho de otra forma, para Valle (2015) “una ruta turística es la caracterización de lugares determinados, que permite el acceso para llegar a un destino, es decir es el conjunto de espacios debidamente estructurados, sirve como plataforma para crear itinerarios” (p.9), en otras palabras, es aquel recorrido en donde su enfoque principal se centra en que los visitantes

conozcan los atractivos turísticos que se puedan encontrar dentro de ella y realicen diferentes actividades permitiendo así dinamizar el desarrollo turístico de la zona.

Sin duda alguna la aparición del turismo como tal y su relación con la humanidad es relativamente nueva, es así que para Acerenza (2001, como se citó en Morillo, 2011) sugiere que el precursor principal del turismo es Thomas Cook, quien organizó el primer viaje sin fin de lucro para más de 500 personas con el objetivo de que asistan a un congreso, por otra parte, Gurría (1991) menciona que los personajes que le dieron vida al turismo son César Ritz y Augusto Escoffier quienes unieron el servicio de alojamiento con el de alimentos y bebidas dentro de una misma entidad, es así que esta maravillosa idea repercutió drásticamente en el turismo de forma directa, tal es el caso que años después se empezó a replicar esta nueva forma de establecimientos en todo el mundo.

Cabe considerar, que existen numerosos nombres de personas que de cierta manera se los considera también como precursores del turismo (ver tabla 1), que por su labor realizada en años anteriores han sido considerados como parte de la evolución del turismo.

Tabla 1

Precursores del turismo

Nombre	Aporte al turismo
George Mortimer Pullman	Organizador de viajes de lujo en tren, es considerado como uno de los precursores del turismo ya que modificó los vagones del tren para que estos posean todas las comodidades de un hotel y así realizar grandes viajes por todo Estados Unidos.
Henry Wells y William Fargo	En un principio dentro de su agencia American Express transportaban mercadería de un lugar a otro, sin embargo, años después decidieron dar el siguiente paso e incursionar con los viajes programados, es así

Nombre	Aporte al turismo
	como esta empresa se convirtió en una de las agencias de viajes más reconocidas a nivel mundial

Nota. Adaptado de Guerrero & Ramos (2014).

Bajo esta línea de ideas, los precursores del turismo han realizado un sin número de aportes a la sociedad, es gracias a ellos que se han creado innumerables rutas turísticas a nivel mundial, cada una con atractivos diferentes, pero con un objetivo en común, ofrecer a los turistas un recorrido particular en el cual puedan disfrutar de aquellas peculiaridades que les presenta el destino.

Sin duda el turismo es una de las actividades con más expansión económica en todo el mundo, es tal el caso que su evolución se la considera como abrupta, tanto así que entre el año 2000 y 2010 se pasó de 678 millones de turistas a 950 millones a nivel mundial (Nieto et al., 2016), estos datos son posibles gracias a los diferentes factores que influyen en cada nación, no obstante, las rutas turísticas que cada país oferta ayudan a que la llegada de turistas aumente con el pasar de los años, tal es el caso que dichas rutas fomenta “la revalorización y conservación del patrimonio natural y cultural tanto por los residentes como por los visitantes de los sitios turísticos incluidos en la ruta desde la perspectiva de sustentabilidad” (Flores, 2012, p.22).

Dentro de este marco, hay que tener presente como ejemplo a las Rutas Culturales del Consejo de Europa, dichas rutas han tenido una gran participación por parte de los países europeos principales, tal es el caso que se presenta a Francia en primer lugar con una participación del 10.4% (Khovanova, s.f), como resultado, según la Organización Mundial del Turismo (2019) Francia se encuentra primero entre los 10 principales destinos a nivel mundial que reciben la mayor cantidad de turistas con un total de 89 millones (p.9), esto gracias al aporte cultural que brindan las rutas turísticas creadas dentro del país.

En relación a la idea anterior, México es considerado uno de los países más visitado por turistas, debido a aquello se ha convertido en un destino turístico líder a nivel mundial, parte de este crecimiento se le otorga a que entre 2013 y 2017 se consolidaron 8 de rutas turísticas en todo el país (García & Mercado, 2019), es por ello que según la Organización Mundial del Turismo (2019) México se encuentra en el puesto N°7 de los principales países que reciben a las grandes masas de turistas provenientes de todo el mundo (p.9).

Rutas turísticas en Ecuador

Ecuador en la actualidad se da a conocer a los turistas como el país de los 4 mundos al engrandecer sus regiones como lo son costa, sierra, oriente y la región insular (Galápagos), estos atractivos turísticos hacen que el país se convierta en uno de los grandes destinos a visitar a nivel mundial (Sáenz, 2014), cabe recalcar que las rutas turísticas que se presentan en el Ecuador están creadas con el objetivo de ofrecer a los visitantes diferentes actividades enfocadas en sitios turísticos a nivel nacional (Mendoza et al., 2020). En relación con este tema, a continuación se presentan las principales rutas turísticas del Ecuador divididas por las regiones que tiene el país como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 2

Principales rutas turísticas del Ecuador

Nombre	Descripción
	<p>Esta ruta turística se encuentra ubicada dentro de la cadena montañosa de la Cordillera de los Andes en Ecuador, posee una extensión de 600 km de longitud entre el callejón interandino, el punto más ancho del mismo llega a tener 200 km. Entre los picos más prominentes que se pueden observar se encuentra el Cotopaxi con una altura de 5897 metros y el Chimborazo con 6310 metros (Espín, 2011).</p>

Nombre	Descripción
<p>Ruta “Avenida de los Volcanes”</p>	<p>Por su parte, dentro de esta ruta se pueden realizar un sin número de actividades turísticas, entre las principales resaltan la escalada deportiva, paseo a caballo, excursionismo, observación de aves, camping y ciclismo de montaña (Paredes, 2011), sin duda, dichas actividades se complementan con varios elementos que se pueden observar alrededor de la ruta como lo son los nevados flora, fauna, paisajes andinos, y montañas que resaltan los senderos que se pueden recorrer para conocer las diferentes comunidades de la zona (Yáñez, 2015).</p>
<p>Ruta Spondylus</p>	<p>La ruta turística Spondylus lleva dicho nombre gracias a la concha que posee la misma denominación que en años anteriores fue de gran importancia para el comercio de las culturas que se asentaron en las costas del Ecuador, el recorrer esta ruta invita al turista a conocer un sin número de artesanías elaboradas con estas conchas, su historia e imponentes paisajes ubicados dentro de esta zona (Ministerio de Turismo, 2019).</p> <p>Esta ruta tiene un recorrido de 748 km aproximadamente que se extiende desde la provincia de Esmeraldas hasta Santa Elena, comprende alrededor de 100 playas en las cuales se pueden realizar todo tipo de deportes acuáticos e inclusive por su ubicación geográfica abarca actividades de turismo de montaña, recorridos ecológicos y museos arqueológicos (Cevallos, 2012), al mismo tiempo permite a los turistas conocer los diferentes pueblos pescadores los cuales se caracterizan por tener una gran riqueza</p>

Nombre	Descripción
	<p>cultural y gastronomía única elaborada con los diferentes elementos obtenidos de la zona (Gutiérrez & Morocho, 2020).</p>
<p>Ruta del Agua o Yaku Ñamby</p>	<p>La ruta turística Yaku Ñamby recorre las 6 provincias amazónicas del Ecuador, esto la convierte en una ruta ideal para el desarrollo de innumerables actividades turísticas enfocadas en la naturaleza, entre los tipos de turismo que destacan dentro de la Ruta del Agua se encuentran el cultural y de salud los cuales permiten al turista realizar rituales de sanación, visitar vertientes minerales e interactuar con las comunidades indígenas y sus chamanes (Maldonado et al., 2017).</p> <p>En cuanto a su fauna, dentro de esta ruta se pueden encontrar una variedad de reptiles, anfibios, peces, mamíferos, aves e insectos, esta riqueza animal junto con su inconmensurable flora ha ayudado a que la Unión Internacional de Conservación de la Naturaleza la clasificara dentro de la categoría 2 de áreas protegidas alrededor de todo el mundo, es aquí donde se impone y resalta la ruta Yaku Ñamby en la cual se pueden encontrar varias especies endémicas de animales y plantas (Lomas, 2010), es importante mencionar que esta ruta toma este nombre en kichwa debido a su característica principal, el agua, misma que destaca por la cristalinidad de sus ríos y cascadas ubicadas dentro de la región las cuales nutren a la cuenca del imponente río Amazonas (Carpio, 2017).</p>

Nombre	Descripción
<p>Ruta Islas Galápagos</p>	<p>Las Islas Galápagos se encuentran ubicadas aproximadamente a 8834 km de las costas del Ecuador, su imponente vegetación y diversidad de fauna la hace un atractivo de relevancia para turistas nacionales y extranjeros, es considerado como patrimonio natural a tal escala que se logró declarar como Parque Nacional a un 97% de su superficie (Villamar, 2018).</p> <p>La creación de esta ruta turística ha permitido la conservación de cada lugar al que el turista llega, de tal forma los sitios históricos, paisajes, elevaciones montañosas, museos, playas y diferentes atractivos naturales causan un mayor impacto en los visitantes, es así que esta ruta recorre la gran mayoría de las islas entre las cuales se destacan la Isabela, Santa Cruz, San Cristóbal, Floreana y Baltra (Altamirano, 2018), sin duda la ruta turística ofrece una gran variedad de actividades y lugares para visitar, tal es el punto que muchos turistas optan por elegir aquellos destinos que son de más interés para ellos dependiendo de su flexibilidad económica y de tiempo, es así que toman como base los puntos estratégicos más llamativos de la Ruta Islas Galápagos para acudir a los mismos, los más relevantes son la Estación Científica Charles Darwin, Las Grietas, Tortuga Bay, La Lobería, Isla Tortuga, La Cara Tallada, y demás (Sanafria, 2015).</p>

Nota. Descripción de las principales rutas turísticas por regiones en el Ecuador.

Las rutas turísticas están presentes en todo el Ecuador, sin duda cada una de ellas ofrece algo diferente a los turistas y sus peculiares características las hacen únicas en el planeta, de la misma forma aportan a la activación económica del país al atraer a turistas provenientes de todo el mundo, es así que la importancia de estas se ve reflejada a tal punto que Ecuador se está convirtiendo de a poco en un país referente del turismo en Latinoamérica.

Rutas turísticas de la empresa Ferrocarriles Ecuador

La empresa Ferrocarriles Ecuador fue creada principalmente con el objetivo de establecer y desarrollar el servicio de transportes de pasajeros mediante las líneas férreas que conectan el país, es de tal forma como nace la idea de transformar este medio en una actividad turística para que beneficie a cada zona por la que transite este transporte y así desarrollar la economía del país (Herrera & Kang, 2020). Por consiguiente, en la siguiente tabla se presentan las rutas turísticas que se ofertaron durante los años que operó la empresa Ferrocarriles Ecuador.

Tabla 3

Principales rutas turísticas ofertadas por la empresa Ferrocarriles Ecuador

Nombre	Descripción
	La empresa Ferrocarriles Ecuador en el 2012 lanza al mercado un producto turístico conocido como “Tren Crucero” el cual consiste en un viaje por las líneas férreas de 4 días y 3 noches conectando de esta forma las regiones sierra y costa del país, este viaje va desde Quito y llega a la ciudad de Durán recorriendo aproximadamente 450 km (Toctaguano, 2019).
Tren Crucero	Es tal el éxito de este producto y ruta turística que para el 2014 ganó dos premios de gran renombre alrededor del mundo, se lo declaró como el Mejor Tren de Lujo Líder de Suramérica y el Mejor Proyecto Turístico fuera de Europa (Ministerio de Turismo, 2014).

Nombre	Descripción
<p>Nariz del Diablo</p>	<p>La ruta turística Nariz del Diablo se encuentra ubicada en la provincia de Chimborazo, es considerado como uno de los atractivos turísticos principales de la zona formando parte del patrimonio que tiene el país, esta parte desde la ciudad de Alausí hasta la estación de Sibambe en un recorrido aproximado de 12 km (Fuseau, 2013).</p> <p>La complejidad en la construcción de la línea férrea le ha dado el nombre del “Tren más difícil del mundo” debido al cruce en zig-zag que se debe realizar para poder seguir descendiendo por la montaña rocosa llamada Nariz del Diablo, tramo el cual le permite a los turistas disfrutar de una vista única e incomparable (Cornejo, 2010).</p>
<p>Tren de la Libertad</p>	<p>La ruta turística Tren de la Libertad es conocida así ya que conectaba la zona de sierra centro-norte del país con Esmeraldas, en la actualidad la ruta parte desde la estación de Ibarra hasta la estación de Salinas en un recorrido aproximado de 27 km donde los principales puntos referentes por los que cruza son el Valle del Chota, antiguas haciendas, cultivos agrícolas, 7 túneles y 2 puentes en los cuales se observan vistas panorámicas increíbles (Guzmán & Herrera, 2014).</p> <p>De la misma forma, cabe destacar que esta ruta le permite al turista visitar el Museo Etnográfico de la Sal y conocer parte de la cultura afroecuatoriana reflejada en la gastronomía, danzas, música y artesanías de Salinas (Ministerio de Turismo, 2013).</p>
	<p>En el 2015 la empresa Ferrocarriles Ecuador lanza al mercado la ruta Tren de los Lagos la cual recorre las ciudades de Imbabura, Ibarra y Otavalo principalmente, las paradas que se realizan durante la ruta son: la estación</p>

Nombre	Descripción
Tren de los Lagos	<p>de San Antonio, Andrade Marín, San Roque y finalmente Otavalo (Ministerio de Turismo, 2015).</p> <p>Esta ruta turística lleva dicho nombre gracias a las lagunas que se pueden observar dentro de su recorrido, entre ellas se encuentra la laguna de Yahuarcocha, Mojanda, Piñan y Cuicocha, Ahora bien, en este trayecto resalta su exuberante flora y fauna que, junto con las leyendas y tradiciones de los lugares cercanos a la misma, hacen de esta un destino atrayente para los turistas.</p>
Tren de los Volcanes	<p>La ruta turística Tren de los Volcanes empieza a operar en el 2014, el recorrido por las líneas férreas va desde la estación de Chimbacalle hasta la estación Cotopaxi, durante el trayecto se pueden realizar diversas actividades tanto en Machachi como dentro del Área Nacional de Recreación El Boliche, esta ruta lleva dicho nombre debido a que durante su trayecto se pueden observar varios volcanes como lo son el Pichincha, Pasochoa, Rumiñahui y Cotopaxi (Espinosa, 2015).</p> <p>Dentro del recorrido de la ruta Tren de los Volcanes resalta la cultura de los Chagras, su gastronomía, flora, fauna y la gran historia que envuelve la zona de Quito – El Boliche – Machachi (Tapia, 2017).</p>
	<p>Las rutas turísticas Tren del Hielo I y II llevan dicho nombre debido a que cruza por la ruta que los hieleros recorrían a diario hacia las faldas del imponente Chimborazo, es de tal importancia histórica para el país debido a que dentro de ellas se puede observar una de las primeras estaciones férreas del Ecuador ubicada en Nitiluisa (Buenaño, 2020).</p>

Nombre	Descripción
Tren del Hielo I y II	<p>Sin duda cada ruta tiene diferentes puntos a recorrer, el Tren del Hielo I va desde Riobamba, Urbina y termina en La Moya, sin embargo, el Tren del Hielo II parte desde Ambato, Mocha, Urbina y finaliza en Cevallos, cabe destacar que pese a ser destinos diferentes, existen grandes similitudes en cuanto a cultura, historia y tradiciones de cada lugar debido a que la distancia entre estas rutas es corta y se encuentran dentro de una misma región (Paredes, 2016).</p>
Sendero de los Ancestros	<p>La ruta turística Sendero de los Ancestros tiene un recorrido corto pero peculiar, va desde Riobamba y culmina en la Laguna de Colta pasando por el conocido Sendero de la Sabiduría Andina y La Balbanera la cual es considerada como la primera iglesia construida en el país (Arguello, 2016).</p> <p>El trayecto de esta ruta abarca 25 km donde se llegan a alcanzar los 3212 msnm, al encontrarse a tal altitud se pueden observar diversos paisajes interandinos que junto con la cultura y tradiciones de la zona realzan el turismo en la provincia de Chimborazo (Sagba, 2017).</p>
Tren de la Dulzura	<p>El Tren de la Dulzura parte desde Durán hacia Yaguachi y termina en Bucay, dentro de esta ruta turística se puede recorrer el sendero de arrozales y producciones agrícolas, esta ruta turística les permite a los visitantes conocer la arquitectura de la zona, historia, costumbres y tradiciones de los pueblos quienes reciben a los turistas con amorfinos y coplas propias de la zona (Doicela, 2016).</p> <p>Sin duda el Tren de la Dulzura ha causado un incremento en la llegada de turistas a estas ciudades, es así que para el 2014 Yaguachi registró 7086</p>

Nombre	Descripción
	<p>turistas atraídos por dicha ruta turística y la oferta que esta les brinda (Salazar & Yáñez, 2014).</p>

Nota. Descripción de las 9 rutas turísticas ofertadas por la empresa Ferrocarriles Ecuador.

Evidentemente todas las rutas manejadas por Ferrocarriles Ecuador tienen su importancia dentro del mercado turístico del país, sin embargo, el enfoque principal lo tiene en este caso la Ruta Tren del Hielo I ya que en ella se pueden observar varios pisos climáticos, cuerpos de agua y poblados con una gran historia, dicha ruta posee una longitud de 24 km aproximadamente atravesando la reconocida Ceja Andina ubicada entre los 4000 msnm donde se pueden observar sembríos de eucalipto, pino y un extenso paramo que cobija la zona (Buenaño, 2020), de la misma forma resaltan sus elevaciones volcánicas que cubren con esplendor esta ruta, entre ellos se encuentra el Chimborazo, Sangay, Tungurahua, Carihuairazo y El Altar (Maugalema, 2020).

Impactos del turismo y desarrollo local

El sector turístico en el Ecuador se ha expandido muy rápido en estos últimos años, aquellos destinos turísticos tradicionales al igual que los nuevos se enfrentan a una realidad, la presión con respecto a los impactos socioculturales, económicos y ambientales generados por el mismo sector (Quintero, 2004), el hecho de que el turismo genere un impacto no quiere decir que este vaya a ser solo positivo, existen muchos impactos negativos que se pueden suscitar debido a diversos factores que indistintamente causan daños colaterales en su mayoría a comunidades aledañas a un producto turístico (Severiche et al., 2017). En este sentido, los tres tipos de impactos generados dentro del turismo por lo general se dan gracias la intervención de elementos como la población de la zona, el área circundante al destino turístico y finalmente el turista quien es visto como el punto focal para el desarrollo de dichos impactos.

Los impactos socioculturales generados por el turismo nacen a raíz de aquella relación social creada dentro de un destino entre las personas residentes de aquel lugar y los turistas (Quintero, 2004), sin duda una de las consecuencias de un impacto sociocultural negativo es la aculturación y pérdida de tradiciones del lugar, esto se da debido a la fragilidad que pueden tener dichos habitantes ante una exposición masiva de turistas en su localidad. Sin embargo, un punto referencial positivo en este tipo de impactos que se da en la gran mayoría de destinos turísticos es el desarrollo en las condiciones de vida del pueblo local gracias al aumento en la llegada de turistas a la zona (Balbuena et al., 2017).

En todo caso, el reto principal de estos impactos socioculturales es que en su mayoría sean positivos, que la afluencia masiva de turistas no produzca índices delincuenciales altos, crímenes, drogas y demás, lo que se busca son obtener resultados donde la cultura del lugar se vea potencializada haciendo que esta sea reconocida entre los turistas, pero sobre todo que la sociedad pueda conseguir un bienestar común.

De la misma forma al turismo se lo asocia con los impactos económicos que pueden generar a una comunidad, ciudad, región o país, ya que a partir de esta se puede potencializar una demanda tanto de bienes como de servicios lo que por inercia creará un desarrollo local en la zona turística (Goded, 2003). Sin duda si el desarrollo turístico se lo realiza con la planificación adecuada, los impactos económicos que esta generará a la sociedad en cuestión serán positivos, sin embargo, si la planificación no es la correcta, las pérdidas en inversión pueden resultar abismales afectando no solo a los empresarios del sector turístico sino a todos los habitantes que residen en la zona causando así un declive en la prestación de bienes y servicios (Vallejo et al., 2020).

En todo caso, los principales retos a superar dentro de los impactos económicos que puede generar el turismo sin duda son la inflación y la fuga de inversiones, la primera está vinculada al desarrollo turístico y las especulaciones del mercado en cuanto a los precios de los suelos y su alta demanda, mientras que la segunda hace referencia a que las ganancias

obtenidas gracias al turismo no son usadas para este mismo fin ni para el desarrollo de la sociedad en cuestión.

Evidentemente el turismo es señalado por los impactos ambientales que este puede ocasionar ya que hace uso de recursos naturales para el desarrollo de esta actividad, no cabe duda que resaltan más los aspectos negativos como la contaminación, erosión de suelos, alteraciones en el entorno, modificación de la flora y fauna y demás (Orgaz, 2015), no obstante, existen también ciertos aspectos positivos a destacar en la relación del turismo con el medio ambiente, un ejemplo evidente de ello es la preservación de las áreas naturales ya que son declaradas como áreas protegidas (Rodrigues et al., 2015), sin duda existen leyes en el país las cuales ayudan a esta labor y a cuidar de estos lugares para su preservación, es así como el turismo también puede ayudar a mejorar la calidad ambiental de una zona y a crear conciencia sobre su conservación.

Por lo general el turismo tiende a desarrollarse en zonas frágiles y vulnerables, es por ello que surge la necesidad de poder mantener un equilibrio ambiental en la cual toma protagonismo esta actividad, cabe destacar que esto puede ser posible con ayuda de una correcta planificación en el estudio del entorno, de esta forma se podrán detectar posibles problemas y las soluciones a las mismas para generar alternativas eficaces. En función de lo planteado, a continuación, se presentan los impactos socioculturales, económicos y ambientales que han sido generados por la ruta turística Tren del Hielo I.

Tabla 4

Impactos de la ruta turística Tren del Hielo I

Impactos	Descripción
Socioculturales	<ul style="list-style-type: none"> • Alteración de costumbres y valores. • Aculturación. • Mejoras en los servicios básicos e infraestructura.

Impactos	Descripción	
Económicos	<ul style="list-style-type: none"> • Ganancias de divisas. • Gasto de los turistas nacionales e internacionales. • Inversión de capital por parte de las empresas turísticas. 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de fuentes de empleos. • Creación de nuevas empresas en sitios estratégicos a la ruta. • Venta de mercadería local. 	
	Ambientales	<ul style="list-style-type: none"> • Alteración en la flora y fauna.
		<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de la contaminación visual, auditiva y ambiental.

Nota. Adaptado de Rojas (2020) y Proaño (2017).

Como se puede evidenciar existen impactos tanto positivos como negativos generados por la ruta turística Tren del Hielo I, no cabe duda que pese a que el ámbito económico es favorable con la dinamización de las actividades turísticas generadas a lo largo de la ruta, la falta de planificación al momento de aplicarla y posterior al cierre de la misma ha hecho que los impactos socioculturales, ambientales afecten directamente a la población local y a los emprendimientos turísticos incluyendo a su economía.

Emprendimientos turísticos

Historia de los emprendimientos turísticos

Los emprendimientos turísticos según Fontano (2019) no es otra cosa que poner en camino un proyecto diseñado este para el mundo de los viajes turísticos, es decir, establecer un emprendimiento que de algún tipo de producto o servicios a los turistas durante sus vacaciones. De tal forma que desde que el hombre comenzó a viajar a buscado la forma de satisfacer sus necesidades de ocio a través de empresas que le ofrezcan comodidades de alojamiento, alimentación, transporte, etc. Es así que Diaz (2019) menciona que desde el

comienzo de la historia el ser humano ha buscado superarse considerando el emprender como una buena actividad, esto acompañado con los primeros viajes hizo que las personas creen sus primeras empresas prestadoras de servicios y o productos turísticos.

Dentro de estos primeros emprendimientos tenemos el hospedaje en el cual los primeros viajeros intercambiaban mercancías por hospedaje. Indudablemente, hospedar fue una de las primeras empresas comerciales, y la hospitalidad fue uno de los primeros servicios a cambio de dinero (Mamani, 2016). Cabe recalcar que el primer hotel estuvo ubicado en Japón quien Nishiyama Onsen Keiunkan se convirtió en el principal emprendedor con servicio de acogida y comodidad a huéspedes en el año 705 (Picazo, 2022). De esta manera la duda en que la hospitalidad ha tomado gran relevancia en el mundo generando varios emprendimientos que permiten al turista dormir en un lugar fuera de su casa y a su vez sintiéndose en la suya.

Por lo tanto, el alojamiento tiene un origen milenario entre servicios y actividades que se fueron complementando hasta la segunda mitad del siglo XVIII cuando empezaron a aparecer locales con un concepto moderno de lo que tenía que ser un establecimiento dedicado a dar cobijo a comensales con ganas de disfrutar sin prisas de una buena comida (Vázquez, 2018). De esta manera es donde empezaron a surgir las primeras ideas de servicio de restauración de forma que el viajero no solamente pernocte en un alojamiento, sino que disfrute del deleite de sus sabores partiendo desde el primer restaurante del mundo que servía una especie de consomé con otro tipo de comidas y bebidas en el año de 1765 ubicado en la ciudad de París por lo cual sus primeras practicas culinarias no contaban con buenas prácticas de manufactura y uso adecuado de los alimentos (Garmedia et al., 2017). A partir de esto los restaurantes han ido evolucionando con el paso del tiempo e incluso a desglosarse en diferentes categorías de establecimientos que ofrecen alimentos y bebidas de técnicas nacionales, internacionales o mixtas ofreciendo al turista un servicio de calidad, higiene y preparación al gusto de los mismos.

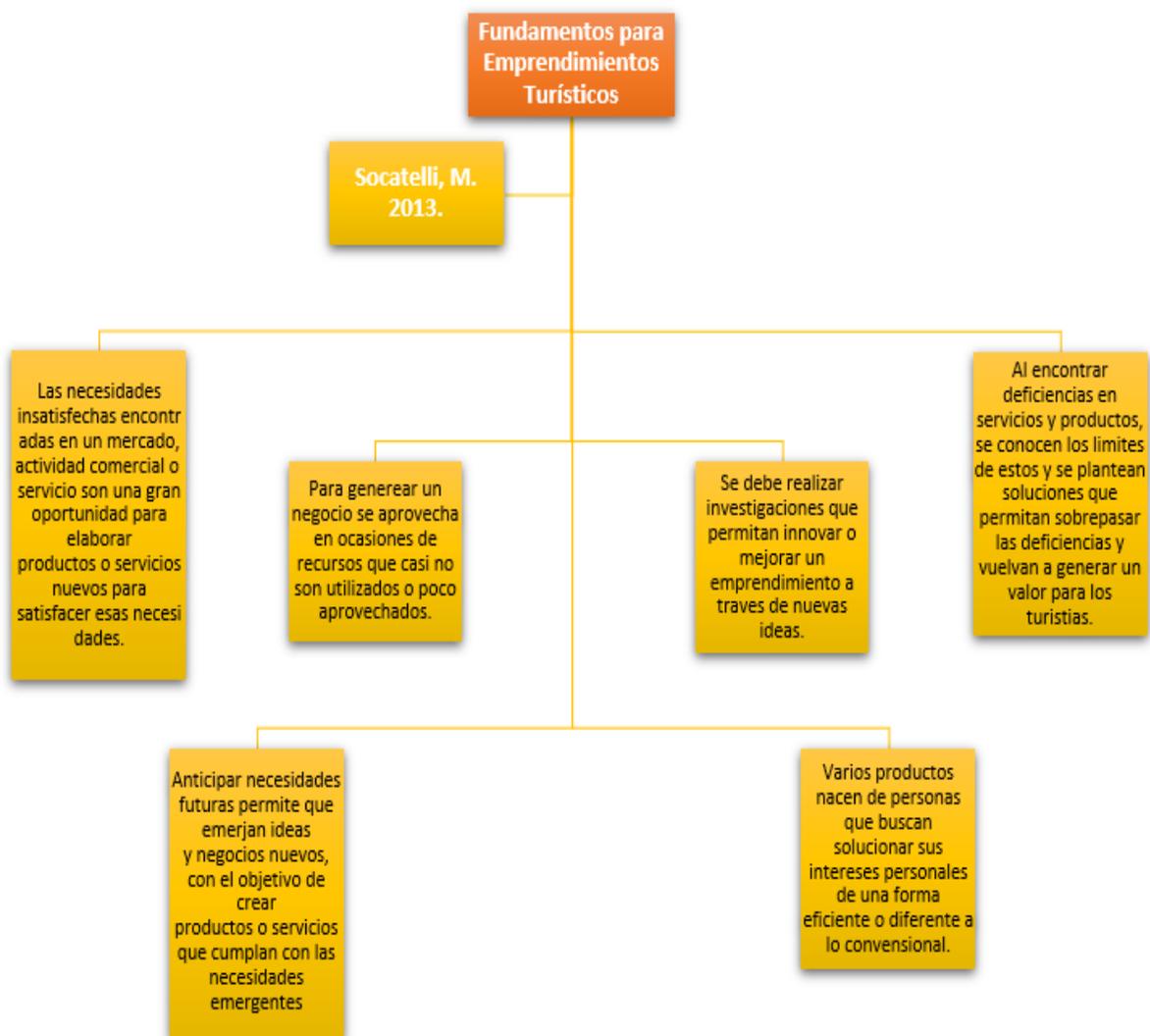
El sector de la hotelería, la restauración y el turismo es uno de los sectores de la economía mundial que ha experimentado un crecimiento más rápido. Según Villalobos (2019) menciona “que entre los sectores que más empleo ha creado ha sido la industria turística, debido a su alto coeficiente de mano de obra y al considerable efecto multiplicador en el empleo en otros sectores relacionados” (p.11) por lo cual se puede decir que este tipo de sectores son un eje primordial en la formación de emprendimientos turísticos permitiendo generar negocios y actividades en una localidad y no solo eso ya que a través de estos también se ha buscado incrementar el número de actividades en un destino, además de darle un valor turístico.

El emprendimiento forma parte del sistema turístico, el cual es la base fundamental de la planificación turística y gestión de un destino. Para su desarrollo es importante contar con atractivos relevantes, infraestructura, servicios y el apoyo y participación de la población. Lo cual genera empleo y, consecuentemente, mejores ingresos (Boullón, 2006). Este tipo de emprendimientos responden siempre a la satisfacción de necesidades básicas de los turistas: hospedaje, alimentación, transporte e información turística clave (Cachipundo & Rivera, 2019). En todo caso para llegar a un turista es necesario generar emprendimientos que satisfagan las necesidades presentadas por el turista y a su vez que beneficien a la población local.

Por consiguiente, para poder desarrollar un emprendimiento turístico es necesario plantarse una serie de fundamentos, para lo cual Socatelli (2016) da a conocer los siguientes fundamentos descritos en la figura 1.

Figura 1

Emprendimientos Turísticos: Fundamentos para Evaluación y Formulación de Proyectos Turístico.



Nota. Esta figura muestra la Descripción de los: Fundamentos para Emprendimientos Turísticos Sostenibles. La formulación y evaluación de proyectos turísticos sostenibles (Socatelli, 2016, p.50).

Mientras los gobiernos y organismos internacionales han tenido poco éxito en su lucha contra la pobreza, los emprendimientos turísticos han colaborado en la reducción de la misma ya que se la considera como una fuente generadora de empleo siendo la mejor alternativa para mejorar las condiciones de vida de las personas en el mundo como bien mencionan Chávez et al., (2018, como se citó en Bornstein y Davis, 2010, p. 1).

Ahora bien, alrededor del mundo muchas de las localidades buscan crear sus propios emprendimientos en base al turismo, es así que Rivera & Rodriguez (2012) mencionan que este tipo de emprendimientos dependerán de la mano de obra local promoviendo un turismo responsable, con una población previamente sensibilizada y formada para hacerse cargo de los establecimientos.

Por consiguiente, las empresas de turismo público o social poseen un “modelo de desarrollo capitalista de mercado porque, cuando se construyen desde cero, conservan el control sobre ellas, es decir que sus raíces alimentan lo local y para lo local, frente a lo que propone el capitalismo” (Chávez et al., 2018, p.4). De igual forma hay que tomar en cuenta que los emprendimientos no solo conciernen a los locales, por lo cual García y García (2021, citando a Mathieson y Wall, 1982) mencionan que además hay que tomar en cuenta que los emprendimientos turísticos también radican en el impacto que pueden llegar a generar en la naturaleza física, biología, sociocultural y económica, que pueden ser positivas o negativas. Está claro que esto dependerá de los modelos de gestión que las localidades decidan implantar en sus proyectos.

Evolución de los emprendimientos turísticos en el Ecuador

En el año 1948, bajo la presidencia del Dr. Carlos Asomena se da el empujón para fomentar no solo el turismo sino también la apertura a la promoción de inversión hotelera, naciendo una serie de hoteles en las ciudades más importantes del país (Castanier, 2019). No obstante, Cabrera (2011) menciona que el primer hotel construido en el país fue el hotel Humboldt en 1940, promovido por el ilustre guayaquileño Víctor Emilio Estrada. Con esta

iniciativa, la actividad de alojamiento empieza a desarrollarse por todo el país sacando provecho y prestando alojamiento a los turistas que llegaban a Ecuador.

Por su parte, la historia de sus restaurantes se ha venido dando de forma ordenada partiendo del año 1808 que fue cuando se compró lo que se considera la primera heladería de Quito, llamada San Agustín, Por consiguiente, Román (2018) afirma que “la gastronomía se ha constituido en un gran atractivo turístico de diferentes comunidades alrededor del mundo, siendo los restaurantes un fragmento de la cultura gastronómica de cada pueblo ecuatoriano” (p. 8). De tal manera que, los restaurantes y sus tipos a más de ser un emprendimiento gastronómico que satisface turistas, busca cuidar y dar a conocer su cultura gastronómica a todo el mundo, manteniendo sus raíces y sus cociones intactas.

En igual forma, la historia, cultura y gastronomía ecuatoriana es mega diversa y desde que se popularizó los viajes de negocios en el país, se han ido implementado hoteles y restaurantes que suplan con las necesidades de estos viajeros, evolucionando a tal punto de crear servicios y productos turísticos, en este caso, emprendimientos turísticos a nivel nacional que a más de buscar satisfacer a los turistas, se enfoca en mejorar la calidad de vida de muchas personas.

La tipología de los emprendimientos turísticos a tomar en cuenta y que son respaldados por documentos oficiales son: información, el transporte, la alimentación, alojamiento y la recreación (Paro Barrientos, Paz y Romero, 2015). Los atractivos turísticos son el motivo de desplazamiento de personas, pero en busca de dichos atractivos los turistas van a encontrar emprendimientos de transporte, alojamiento, alimentación, recreación y esparcimiento para olvidarse de lo cotidiano de sus vidas (Benites, 2012). En tal sentido, los emprendimientos turísticos pueden variar dependiendo de cuál sea la inspiración por parte de los emprendedores, por lo cual se contextualizan sus tipos en la siguiente tabla.

Tabla 5*Tipos de emprendimientos Turísticos*

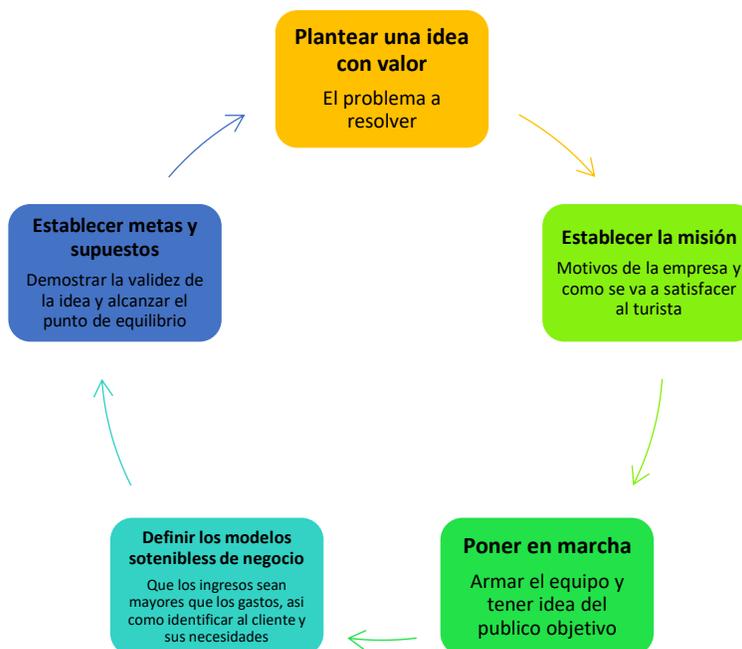
Tipo de emprendimiento	Definición
Intermediación	Según el Ministerio de Turismo (2016) menciona que “la intermediación es aquella gestión comercial de mediación, organización y venta de servicios turísticos efectuada entre el consumidor final y los proveedores de los servicios turísticos, comercializados de forma individual o en paquetes turísticos” (p.6).
Transporte Turístico	Según Castaño & Valencia (2016) mencionan que “el transporte es visto como mecanismo utilitario que permite el desplazamiento de turistas y de personas con otros fines, desde una región de origen a una región destino” (p.5).
Alojamiento	Según el Ministerio de Turismo (2015) menciona "al alojamiento turístico como el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con osin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje" (p.1).
Alimentación	Para Ricaño (2018) “los emprendimientos de alimentación son establecimientos que ofrecen serviciosde alimentos y/o bebidas se considera dentro de una clasificación de organizaciónque opera estas áreas podemos encontrar bares, cafeterías, restaurantes, fondas y mucho más” (p.2).

Tipo de emprendimiento	Definición
Recreación	Para Razo (2017) la recreación es “aquel tiempo que las personas dedican para relajarse de las horas laborales, que para muchas personas proporciona una cadena de presiones y agotamiento y cansancio” (p.18).

Nota. En la tabla se detallan las definiciones de los tipos de emprendimientos turísticos en base a varios autores.

Ahora bien, los componentes necesarios para poder desarrollar un emprendimiento turístico son; segmento de clientes, propuesta de valor, canales, relación con los clientes, fuentes de ingreso, recursos clave, actividades clave, asociaciones clave y estructura de costo (Salamanca, 2017). Por lo cual, el Ministerio de Turismo (2018) menciona que “la idea de negocio turístico debe estar de acuerdo entre lo que sabe hacer, lo que quiere hacer y las necesidades del mercado” (pp. 16-17). Con respecto a lo mencionado, para poder generar un emprendimiento es necesario tomar muy en cuenta lo que se quiere realizar y como lo se lo va a hacer.

De tal forma que, para alcanzar el éxito de un emprendimiento es necesario conocer a profundidad el sector al que se quiere dirigir e identificar los potenciales competidores, siendo este un punto muy importante al momento de emprender en el ámbito turístico (OSTELEA, 2020), por lo cual, a continuación, en la figura 2 se presentan pautas para comenzar a emprender en el ámbito turístico.

Figura 2*Pasos para emprender*

Nota. Esta figura muestra los pasos para comenzar a emprender en la actividad turística.

Tomado de (Ministerio de Turismo, 2018, p. 18).

Emprendimientos turísticos desarrollados alrededor de rutas

Dentro de los emprendimientos sociales turísticos, el turismo rural o turismo comunitario ha cobrado especial relevancia en las últimas décadas como una alternativa cultural y medio ambientalmente sostenible que garantiza que los beneficios se mantengan para las poblaciones locales (Fuller, 2012). Es así que Mendoza & Loja (2018, como se citó en Alemán y Coronado, 2014), mencionan que emprender socialmente es otra manera de hacer negocios, implica una gestión con enfoque social, donde hay preocupación por los intereses de los diversos actores y se busca un equilibrio en la satisfacción de la mayoría. Por consiguiente, para que un emprendimiento sea visto desde lo social debe partir desde el ámbito del turismo comunitario y sobre todo buscar generar beneficio hacia la población local.

“La Federación Plurinacional del Turismo Comunitario de Ecuador (FEPTCE), en el año 2013 manejaba datos aproximados, en los que estimaba que en Ecuador existen 158 actividades de turismo comunitario, de las cuales 121 son socias de la FEPTCE” Mendoza & Loja (2018, como se citó en Roux, 2013). De tal manera que, en el Ecuador el turismo comunitario se desarrolla en las cuatro regiones: Amazonía, región insular, costa y callejón interandino. Además, ha logrado transformarse en una actividad importante para el desarrollo económico, social y cultural (Terán, 2021). Actualmente, este tipo de turismo comunitario está teniendo gran relevancia en el país ya que muchos optan por desarrollar emprendimientos turísticos en su localidad ofreciendo al turista la experiencia de vivir en una comunidad, mientras generan ingresos dentro de su zona.

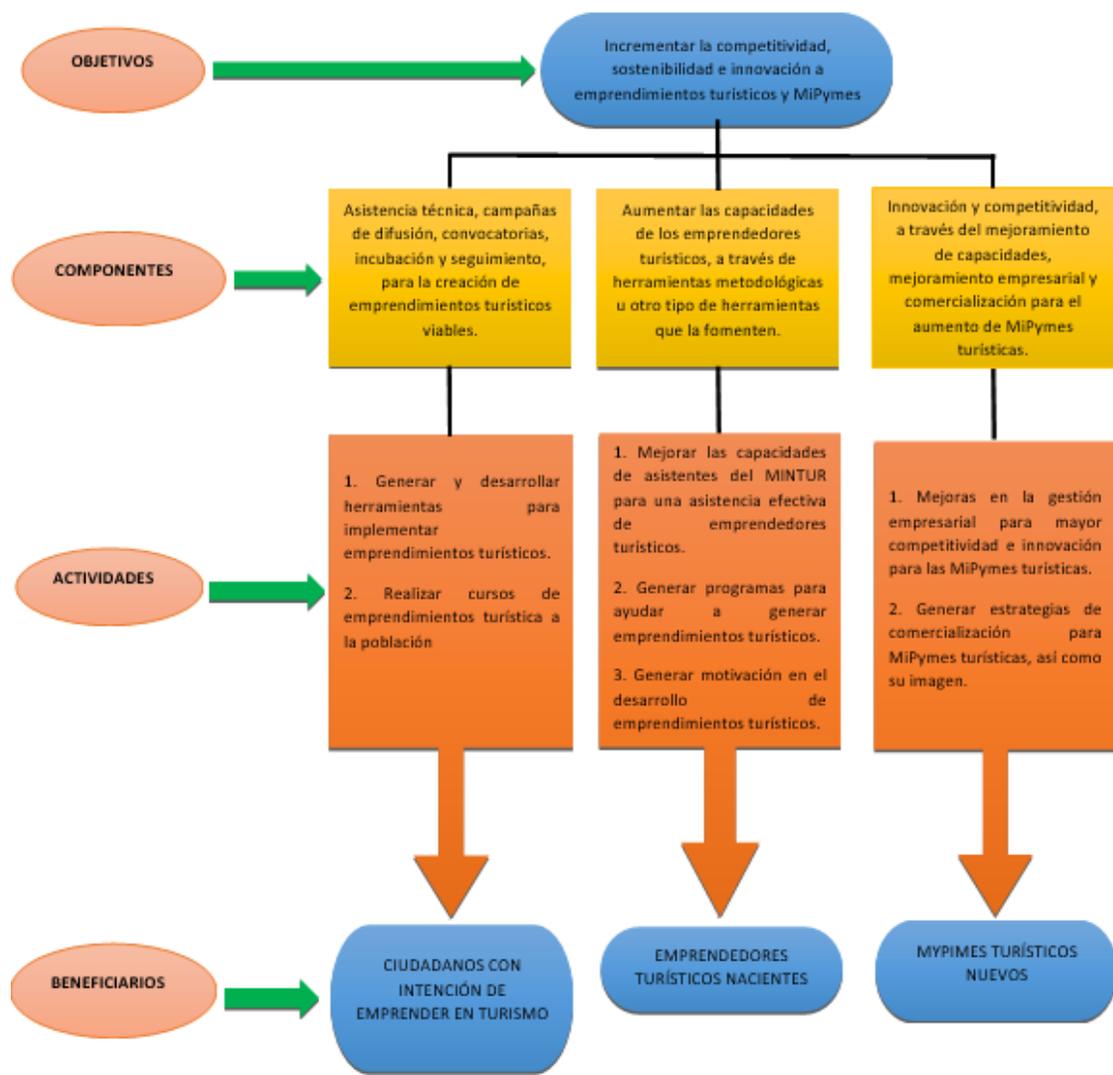
Sin duda el turismo es una actividad económica que consiste en la visita de personas a lugares diferentes a su residencia habitual, con fines de recreación, descanso, negocios o cultura, sin embargo, Fontano (2019) menciona lo siguiente:

El turismo es una industria que se construye a partir del esfuerzo de emprendedores, pues más del 90% de las empresas turísticas en el mundo son pymes. Con estos números no es descabellado decir que, sin pequeñas y medianas empresas, el turismo como lo conocemos no existiría. (p.1)

Por consiguiente, las pymes turísticas no son más que emprendimientos turísticos que buscan prestar servicios a los turistas, lo cual permite que el turismo evolucione y a la vez las empresas crezcan, puesto que, estas son empresas encargadas de prestar servicios en transporte, recreación, alojamiento, etc. (Cruz et al., 2020).

Figura 3

Fomento del emprendimiento turístico y el mejoramiento de las MiPymes turísticas.



Nota. Elaborado en base al Proyecto: Fomento al Emprendimiento Turístico y Mejoramiento de las MiPymes Turísticas de la TEA (Ministerio de Turismo, 2018, p. 35).

El mundo ha observado que sin duda el emprendimiento es uno de los primordiales caminos para progresar económicamente ya sea como: organización, persona, y, en sentido más extenso, como país, de igual manera los gobiernos han implementado proyectos y programas para fomentar y apoyar este camino de desarrollo (Ferrales et al., 2016). Por lo

tanto, la acción turística impactará efectivamente en los lugares, en su progreso económico y en mejorar la calidad de vida de los individuos. Por otro lado, se puede desarrollar aspectos perjudiciales que influirán de forma directa en la localidad, dentro de estas se encuentran el incremento de los precios, alta dependencia en el uso de la actividad turística, degradación de las zona y contaminación, entre otras, los cuales, con una apropiada planificación, pueden mitigar o evitarse (Gambarota & Lorda, 2017), en definitiva, el desarrollo turístico de una localidad permite generar emprendimientos y estos a su vez fuentes de ingresos tanto para la localidad como para el país.

Los emprendimientos turísticos sociales están categorizados por su capacidad genérica para crear riqueza, desarrollo, bienestar y que la actividad turística que se ofrezca en el mercado sea de calidad y generen beneficios a los locales los cuales se mencionan en la siguiente figura.

Figura 4

Emprendimientos turísticos



Nota. Elaborado en base al análisis del emprendimiento turístico en Ecuador y su impacto en la sociedad de Polanco et al., (2019, como se citó en Vázquez, Osorio y Arellano, 2013).

Dicho de otro modo, los emprendimientos turísticos están basados en objetivos en común, entre los cuales se pueden denotar que no solo están centrados en la generación de ingresos de una localidad, sino que además buscan el cuidado del medio ambiente y el desarrollo social. En resumen, Araujo et al., (2019) mencionan “que en este sentido, muchos de los emprendimientos se han desarrollado endógenamente y con el fin de mejorar el ámbito social-familia” (p.2).

Por lo cual, el desarrollo de los productos turísticos es de suma importancia para en el posicionamiento e identidad de los diferentes destinos turísticos con los que contamos. Es a través de ellos que se pueden atraer nuevos clientes, incluso de mercados lejanos (Socatelli, 2016). Por ende, un producto turístico atraviesa una secuencia de etapas sucesivas en su desarrollo.

Tabla 6

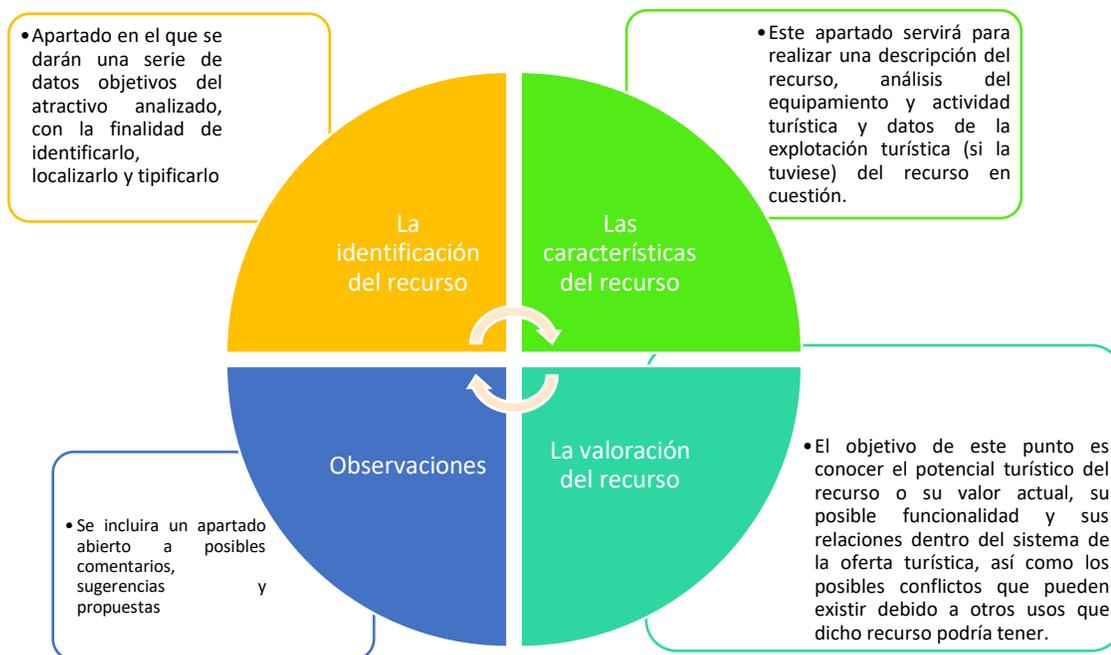
Etapas para el desarrollo de un producto turístico

Etapas de introducción	Es el punto de partida de una empresa en el cual poco se venderán los productos turísticos, debido a que son nuevas en el mercado y deben darse a conocer a través de la promoción.
Etapas de Crecimiento	En este punto se empiezan a notar beneficios y la venta de productos turísticos ira en aumento, aun así, no se debe descuidar la promoción del producto.
Etapas de Madurez	Las ventas se reducen y los beneficios se mantienen en equilibrio, por lo cual, la empresa debe optar por la modificación o renovación del producto turístico.
Etapas de declinación	Las ganancias como las ventas decrecen debido a varios factores como, surgimiento de nuevos productos, cambio en los consumidores, etc.

Nota. En esta tabla se detallan las etapas para desarrollar un producto turístico (Nicolau, 2011).

Herramientas para la evaluación de los emprendimientos y rutas turísticas

Según Marín (2012) menciona que “el recurso turístico es todo elemento natural, toda actividad humana o resultado de la misma que puede generar un desplazamiento por motivos, esencialmente, de ocio” (p.2). Por su parte, Camara & Morcate (2014, como se citó en Leno 1991) mencionan que los recursos turísticos constituyen la base fundamental del turismo, siendo imprescindible su análisis y evaluación, para determinar la potencialidad turística de una zona y, en consecuencia, su viabilidad como soporte para el desarrollo de esta actividad, por lo cual, es necesario tomar en cuenta su potencialidad y si va a generar que los turistas lo visiten. De igual manera, el inventario de los recursos compone el primer paso para el análisis del potencial turístico de una localidad, facilitando la identificación de aquellas actividades o elementos que tienen un cierto poder existente o potencial para atraer a la demanda turística (Charles & Morcate, 2014). Por consiguiente, para conocer la potencialidad de un recurso, se los deberá evaluar a través de una ficha la cual estará compuesta por los siguientes componentes descritos en la figura 5.

Figura 5*Elementos de Fichas de recursos*

Nota. En la figura se detallan las partes de una ficha de recursos (López, 1998, p. 55).

Para Fernández et al., (2013) “una empresa es competitiva cuando es capaz de obtener suficientes beneficios mediante el uso eficiente de sus recursos y habilidades, siendo capaz de ubicar exitosamente sus productos en el mercado en condiciones de libre competencia” (p.6), dicho de otra manera, la competitividad permite tomar acciones ofensivas y defensivas que ayude a tener un puesto estable en el mercado de tal manera que se aproveche todos los recursos y sean utilizados de forma individual o combinada, Falcón & Gutiérrez (2020, como se citó en Porter, 2004). Por lo cual, la competitividad en los emprendimientos busca darles un valor extra a sus productos con lo que se espera atraer la atención del cliente y posicionarse sobre otros.

Los primeros pioneros de la competitividad en el ámbito turístico son Crouch y Ritchie, planteando el modelo de competitividad de Calgary et al., (2011, citando a Crouch y Ritchie, 1999) establecen que para entender la competitividad de un destino en el largo plazo es

apropiado considerar dos elementos: la ventaja comparativa (recursos endógenos), recursos del destino (recursos humanos, recursos físicos, conocimiento de los recursos, disponibilidad de capital, infraestructura turística, recursos históricos y culturales y tamaño de la economía) y la ventaja competitiva (recursos desplegados), capacidad de utilizar esos recursos de manera eficaz a largo plazo (auditoría e inventario, mantenimiento, crecimiento y desarrollo y eficiencia y eficacia).

Según Torres (2008) los sistemas de indicadores son instrumentos útiles en los procesos de decisión, tanto en la fase de planificación como en la de gestión pública, puesto que describen la realidad de un ámbito concreto mediante parámetros objetivos. De hecho, no sólo son capaces de caracterizar la situación presente sino también de monitorizar su evolución, hecho que permite elaborar estrategias de futuro (p.1). De la misma manera, Guerrero et al., (2020) mencionan que “en la literatura existe un gran número de indicadores diseñados para la medición del turismo desde diferentes aspectos económicos, sociales, competitividad, etc.” (p.3). Por lo cual, un sistema de indicadores permite saber cuál es la importancia de una actividad turística hacia los que realizan turismo y ver si esta genera un impacto positivo que requiera ser modificado. Cada vez más, la utilización y elaboración de estos materiales se considera como una parte fundamental de la gestión y planificación general de los destinos y elementos que integren las actividades de promoción para un desarrollo sostenible de la actividad turística en todos los niveles posibles (Rodríguez, 2007). Por consiguiente, la Empresa Pública para la Gestión de Turismo y del Deporte de Andalucía plantea una serie de indicadores que permitan conocer el desarrollo de la actividad turística presentada en la siguiente figura de indicadores turísticos.

Figura 6

Indicadores de Sostenibilidad Turística



Nota. Tomado del Sistema de indicadores de desarrollo turístico sostenible para Andalucía (Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, 2020, p.24).

Se entiende que para una correcta difusión comercialización y promoción de una ruta, es de suma importancia tomar siempre en cuenta al turista, tanto como su disfrute como su comodidad, es así que Farfán & Ortiz (2019) señalan que para cumplir con el objetivo de comercializar y promocionar un producto se plantea desarrollar estrategias de marketing, una de ellas el Marketing mix (4Ps), mismo en el que se estudian cuatro ejes los cuales son el producto, precio, plaza y promoción, en tal sentido que estos ejercicios técnicos permitan promocionar un producto o marca en el mercado. Por ende, para entender cuáles son estas

4Ps en el marketing, en la siguiente tabla se citan algunos autores que permitan comprender la comercialización de las rutas o productos turísticos.

Tabla 7

4Ps de Marketing

Producto	<p>“Esto es aquello que deseamos vender, sea un servicio, un bien intangible o un producto con valores físicos. El producto debe tener gran calidad o avances de innovación superiores a los de la competencia” (Velázquez, 2020, p.7).</p>
Precio	<p>“El precio es la variable del marketing mix por la cual entran los ingresos de una empresa. Antes de fijar los precios de nuestros productos debemos estudiar ciertos aspectos como el consumidor, mercado, costes, competencia, etc. En última instancia es el consumidor quien dictaminará si hemos fijado correctamente el precio puesto que comparará el valor recibido del producto adquirido frente al precio que ha desembolsado por él” (Espinosa, 2016, p.2).</p>
Plaza	<p>“Conocido como un segmento de mercado para poder dar a conocer los productos y lograr venderlos según las necesidades y requerimientos del consumidor” (Baquete et al., 2020, p.3).</p>
Promoción	<p>“Se diseña el mensaje que se enviará a los consumidores para que conozcan y compren el producto en cuestión, informándoles de las ventajas y diferencias que tiene con respecto a los de la competencia; también se analiza el canal más adecuado para realizar la campaña publicitaria del producto. Las empresas recurren al uso de incentivos personales y un sin fin de estrategias de promoción de ventas para</p>

demostrar su agradecimiento a los clientes” García et al., (2017, como se citó en Valenzuela, 2010).

Nota. La presente tabla describe las 4Ps del Marketing Turístico en base a varios autores.

De esta forma, se puede decir que para que una ruta turística se dé a conocer tanto a nivel nacional como internacional y, así mismo, posicionarse en el mercado, se necesita desarrollar una correcta promoción de sus servicios y actividades, así como de la variedad de precios que deben ser accesibles para toda clase de turistas, en definitiva, el marketing en una forma adecuada para poder darse a conocer.

Capítulo II

Marco Metodológico

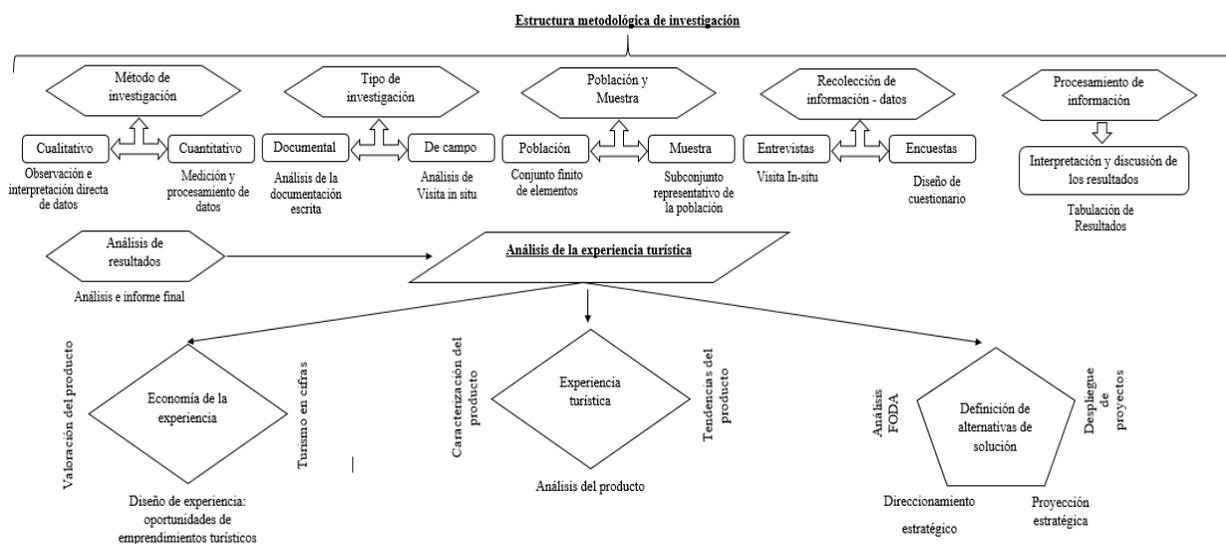
Introducción al marco metodológico

De acuerdo con Hernández et al., (2014) “la investigación científica se concibe como un conjunto de procesos sistemáticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno; es dinámica, cambiante y evolutiva. Se puede manifestar de tres formas: cuantitativa, cualitativa y mixta” (p.25), por otro lado, Bernal (2016) lo define como “un sistema constituido por varios componentes que a medida que va desarrollándose cada componente recibe influencia del anterior, pero, a su vez, es seguido e influenciado por otro” (p.104).

Si bien es cierto, se considera a la estructura metodológica propuesta por Hernández para el desarrollo del presente proyecto, al mismo tiempo, se toma en cuenta la metodología de análisis del manual de diseño de experiencias turísticas del Servicio Nacional de Turismo del año 2017, en consecuencia, en la figura 7 se presenta el esquema en donde se detalla el proceso a seguir para el desarrollo de la investigación.

Figura 7

Estructura de la metodología



Nota. Estructura metodológica tomado de Hernández et al., (2014) y Servicio Nacional de Turismo (2017).

Método de investigación

Cualitativa

Según Hernández et al., (2014) la investigación cualitativa “utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (p.7), por otro lado, Bernal (2016) afirma que “se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado una serie de postulados que expresen relaciones entre variables estudiadas de forma deductiva” (p.72).

Evidentemente, dentro de la investigación se hizo uso del método cualitativo por medio de una entrevista generada a los expertos y a los diferentes representantes de los distintos emprendimientos turísticos que se desarrollaban durante el trayecto de la ruta turística Tren del Hielo I, con el fin de analizar los diferentes fenómenos sociales, económicos y culturales que se generaron previo al cierre de la ruta y de esta manera establecer un marco conceptual en función a las variables.

Cuantitativa

Según Hernández et al., (2014) la metodología cuantitativa “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (p.4), sin embargo, Monje (2011) señala que “la metodología cuantitativa usualmente parte de cuerpos teóricos aceptados por la comunidad científica con base en los cuales fórmula hipótesis sobre la relación desesperadas entrega el variable que hacen parte de problema que se estudia” (p.13).

Bajo este contexto, la metodología cuantitativa aplicada a la investigación ayudó a obtener cifras y datos precisos con respecto al número total de turistas que recorrían la ruta

Tren del Hielo I previo a su cierre, con el objetivo de conocer la realidad del turismo en dicha zona y del como afectó en el declive del número de emprendimientos turísticos que se encontraban a sus alrededores basado en la información estadística recopilada a través de las encuestas aplicadas.

Tipo de investigación

Documental

La investigación de tipo documental se lleva a cabo bajo una minuciosa revisión literaria la cual permite enfocarse en el estudio central del tema a la misma vez que se realiza la recolección de datos primarios (Hernández et al., 2014), por otro lado, Ramírez (2012) afirma que la modalidad de investigación documental engloba “el análisis, revisión e interpretación de documentos que aportan información relevante para la comprensión del fenómeno” (p.100).

En función de lo planteado, en el presente proyecto se llevó a cabo una investigación documental, ya que, se recopiló una gran variedad de información de distintas fuentes lo cual ayudó a fundamentar la problemática del tema en general, no obstante, dichos datos permitieron conocer a profundidad las variables planteadas dentro del proyecto, de tal manera que, se logró enfocar la investigación en la ruta turística Tren del Hielo I.

De campo

Como lo expresa Hernández et al., (2014) en la metodología de campo “el investigador debe hacer una inmersión total en el ambiente” (p.367), así mismo, la recolección de datos se las debe realizar a través de fuentes de primera mano por medio de la observación, así como de la ejecución de entrevistas, encuestas, estudios de caso, etc. (Nájera & Paredes, 2017).

Por consiguiente, una parte del proyecto en cuestión se centró en el recorrido y reconocimiento in situ de la zona, en la cual se aplicaron entrevistas a los expertos y representantes de los emprendimientos, de igual manera, se encuestó a los turistas con el fin

de poder desarrollar de manera adecuada la recolección de datos en cuanto a la experiencia turística generada dentro de la ruta Tren del Hielo I.

Población y muestra

Para Hernández et al., (2014, como se citó en Lepkowski, 2008) la población es el “conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p.174), sin embargo, Arias et al., (2016) mencionan que “la población de estudio es un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra” (p.202). Por otra parte, para Bernal (2016) la muestra es “la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo de la investigación” (p.211), de la misma forma, según Hernández et al., (2014) “es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (p.175).

En este sentido, a la población considerada para la realización del proyecto “Evaluación de la ruta turística Tren del Hielo 1 y su incidencia en los emprendimientos turísticos” se la define como un conjunto finito de elementos, que de acuerdo con Ferrocarriles del Ecuador Filial Sur, en el 2018 se registró un promedio de 228 visitantes que hacen uso de la ruta a la semana, lo que se refleja anualmente como 10944 turistas que conforman la base de análisis para la población del proyecto en cuestión. Por lo tanto, para la aplicación total de las encuestas se realizó el cálculo respectivo de la muestra considerada como el conjunto representativo de la población (ver tabla 8), con el fin de conocer la incidencia en los emprendimientos turísticos tras el cierre de la ruta Tren del Hielo 1.

Tabla 8

Fórmula de población finita

Detalle	Descripción
Fórmula	$n = \frac{S^2}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{S^2}{N}}$

Detalle	Descripción
Descripción	n = Tamaño de la muestra
	N = Número total de personas
	Z = Nivel de confianza 95% (0,95/2=0,475)
	Z = 1,96
	E = Error de estimación 5% (0,05)
	S = Desviación estándar de la población (0,5)
Cálculo	$n = \frac{S^2}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{S^2}{N}}$
	$n = \frac{(0,5)^2}{\frac{(0,05)^2}{(1,96)^2} + \frac{(0,5)^2}{10944}}$
	$n = \frac{0,25}{\frac{0,0025}{3,8416} + \frac{0,25}{10944}}$
	n = 371.13238

Nota. Cálculo del tamaño de la muestra.

Por consiguiente, se aplicaron un total de 371 encuestas a turistas cercanos a la ruta Tren del Hielo I, realizando un cuestionario donde se efectuaron preguntas basadas en la información que se requiere para poder llevar a cabo el desarrollo del proyecto. De igual manera, se aplicaron 5 entrevistas relacionadas con la investigación que corresponden a las siguientes funciones reflejadas en la figura 8.

Figura 8

Funciones desempeñadas por los entrevistados



Nota. La siguiente figura muestra los cargos de las personas entrevistadas.

Recolección de información – datos

Entrevistas

Desde el punto de vista de Hernández et al., (2014) mencionan que la entrevista “se define como una reunión para conversar e intercambiar información” (p.403), por otro lado, para Bernal (2016, p.252 como se citó Buendía, Colás y Hernández, 2001) la entrevista es “una técnica que consiste en recoger información mediante un proceso directo de comunicación entre entrevistador(es) y entrevistado(s)”.

Por consiguiente, dentro del presente proyecto se llevó a cabo una reunión con el fin de levantar información relevante a través de una entrevista, la cual se encuentra estructurada por 6 interrogantes, 3 de ellas fueron elaboradas en base a la variable independiente de rutas

turísticas, mientras que los 3 restantes hacen referencia a la variable dependiente de emprendimientos turísticos (ver anexo 1).

Encuestas

De acuerdo con Hernández et al., (2014, como se citó en Archester, 2005) las encuestas son “consideradas investigaciones no experimentales transversales o transeccionales descriptivas o correlacionales-causales” (p.159), de la misma forma, Bernal (2016) menciona que la encuesta “se trata de un plan formal para recabar información de la unidad de análisis objetos de estudio y centro del problema en investigación” (p.245).

De este modo, se realizó una encuesta dirigida a los turistas cercanos a la ruta Tren del Hielo I, la cual está estructurada por un objetivo central, datos generales del encuestado, 5 preguntas orientadas a la variable independiente de rutas turísticas y las 5 restantes están basadas en la variable dependiente de emprendimientos turísticos (ver anexo 2), esto se llevó a cabo con el fin de recopilar datos e información sobre el tema en general y analizar una posible solución a la problemática de la investigación que se planteó.

Procesamiento de información

Esta acción consiste en el procesamiento de la información que fue obtenida durante la investigación de campo, su objetivo principal se enfoca en la generación de datos que serán la base para la realización de un análisis enfocado en los objetivos e hipótesis del tema (Hernández et al., 2014), no obstante, para Figueredo et al., (2019, p.47 como se citó en Lancaster & Pinto, 2001) "es concebido como una red de ideas interconectadas y como una trama de intenciones elaborada o reconstruida por los comunicantes en función de los esquemas de conocimientos compartidos”.

Si bien es cierto, el procesamiento de información que se llevó a cabo en el proyecto permitió la obtención de datos de una forma sistemática, lo cual nos favorece al tener un acceso rápido a la misma, de tal forma que, ayudó al establecimiento de la fundamentación teórica, la evaluación de la situación actual de los emprendimientos turísticos a lo largo de la

ruta Tren del Hielo I y al fortalecimiento de estos, al mismo tiempo, facilitó el análisis de la incidencia que tuvo el cierre de la ruta en dichos emprendimientos.

Análisis de resultados

Los análisis de resultados prácticamente se centran en responder aquellas preguntas expuestas durante la investigación y su hipótesis, para su realización hay que señalar la gran importancia que tienen los datos estadísticos obtenidos para saber el comportamiento que ha tenido la población estudiada (Hernández et al., 2014), por su parte, Bernal (2016) afirma que el análisis de resultados “consiste en interpretar los hallazgos relacionados con el problema de investigación, los objetivos propuestos, la hipótesis o preguntas formuladas, y las teorías o presupuestos planteados en el marco teórico, con la finalidad de evaluar sin confirmar las teorías” (pp. 314-315).

Bajo este contexto, dentro del presente proyecto la interpretación de los análisis de resultados obtenidos durante la encuesta y entrevista que se aplicó dentro de la ruta turística Tren del Hielo I, permite conocer a profundidad sobre la actualidad de los emprendimientos turísticos y las preferencias que pueden llegar a tener los turistas, esto con el objetivo de poder formular proyectos para desarrollar y fortalecer aquellos negocios generando de esta manera un análisis y discusión del estudio de la experiencia de la ruta del tren, de tal forma que, se realiza en base al manual de análisis de experiencia turística del Sistema Nacional de Turismo del año 2017, para lo cual se hace una investigación de los siguientes puntos:

Economía de la experiencia

Según el Servicio Nacional de Turismo (2017) la economía de la experiencia “no obedece solamente a una estrategia de promoción, sino que corresponde a una genuina intención de hacer más satisfactorio el consumo de productos” (p.9), en esta línea de ideas, la economía de la experiencia de la ruta turística Tren del Hielo I se centra en el valor agregado que se le da a la misma y que de esta manera se diferencie de las demás rutas turísticas ofertadas por la empresa Ferrocarriles del Ecuador.

- a. Valoración del producto:** Dentro de este apartado se consideran 3 puntos para darle valor a la ruta Tren del Hielo I tras su cierre a través de una investigación documental.
- **Primer nivel:** materia prima o commodities.
 - **Segundo nivel:** oferta de bienes o productos dentro de la ruta Tren del Hielo I.
 - **Tercer nivel:** servicios que se ofertaban en la ruta Tren del Hielo I.
- b. Diseño de experiencia: oportunidades de emprendimientos turísticos:** Dentro de este punto se analizan los emprendimientos turísticos trascendentales cercanos a la ruta, sus objetivos y principales motivos para ofertar sus productos y servicios a los turistas con el propósito de establecer la experiencia de cada emprendimiento.
- c. Turismo en cifras:** Aquí se prioriza el conocer las cifras de la cantidad de turistas internacionales que llegan al país ya sea mensual o anualmente en el presente año, por otro lado, a través de un análisis documental se considera el número total de turistas que recorrieron la ruta Tren del Hielo I previo a su cierre y el ingreso anual promedio que generaban los mismos.

Experiencia turística

Según el Servicio Nacional de Turismo (2017) “coloquialmente, la palabra “experiencia” se refiere a las circunstancias o acontecimientos vividos por una persona. En turismo, sin embargo, el término se usa para señalar un tipo especial de producto” (p.24), en este punto, la experiencia turística de la ruta Tren del Hielo 1 se centra específicamente en las emociones y sensaciones que se les da a los turistas a través del contacto que tienen con esta ruta que recorre Riobamba, Urbina y la Moya, lo cual genera vivencias para potenciar el atractivo.

- a. Caracterización del producto:** En este punto se realiza una investigación documental a través de la cual se plantea identificar todo aquello que se ofrecía en la ruta turística, en este caso, los servicios intangibles que hacen referencia al trato

que recibían los turistas, así como las actividades que realizan en esta ruta, de igual forma se identifican los productos tangibles existentes o también conocida como infraestructura turística y los productos que se ofrecen dentro de la ruta Tren del Hielo 1, todo esto para suplir con las necesidades que existen por partes de los turistas.

- b. *Análisis del producto:*** A través de este análisis se identifican las razones por las que se creó la ruta Tren del Hielo 1 y el impacto que este genera, identificando los elementos que la conformaron y como estos se relacionaban entre sí, de la misma manera se identifica su origen, estructura y materiales, el funcionamiento que la ruta tiene, el valor y la relación que se genera entre el turista y la ruta, por lo cual se desarrollarán entrevistas a expertos en el tema y encuestas que permiten generar el análisis de este producto.
- c. *Tendencias del producto:*** En este punto se pretende identificar los diferentes comportamientos y tendencias que genera la ruta tren del Hielo I después de su cierre, a través del estudio de campo junto con una investigación documental, de tal manera que, se disponga de información que permita la toma de decisiones estratégicas, tomando en cuenta las oportunidades y amenazas que se lleguen a presentar
- d. *Fundamentación de la idea a defender:*** En este apartado se pretende defender el supuesto de la hipótesis planteada a través de una investigación documental referente al cierre de las rutas turísticas realizadas por Trenes del Ecuador, de tal manera que, se disponga de información que permita realizar el análisis de la influencia generada en los emprendimientos turísticos.

Definición de alternativas de solución

Como lo enuncian Bonilla et al., (2020) “debemos tener presente, que toda empresa o emprendimiento, siempre tiene problemas de toda índole, ya sean administrativos, tecnológicos, ambientales, culturales, financieros, de comercialización, entre otros” (p.2). Para solucionar estos posibles problemas es necesario apoyarse de una metodología permitiendo identificar totalmente el problema y proponer alternativas de solución que solución el problema (Obando, 2019).

A partir de este enunciado se plantea conocer los problemas que se han llegado a presentar en la ruta Tren del Hielo 1, dentro de los cuales resalta el cierre definitivo de esta ruta, lo cual trajo consigo una disminución en la llegada de turistas y el cierre de emprendimientos turísticos, en base a ello se genera el análisis FODA, el direccionamiento estratégico y la proyección estratégica, con las cuales se busca identificar los problemas por los cuales cerró la ruta y plantear posibles soluciones.

- a. ***Análisis FODA:*** Se plantea identificar cuatro factores importantes dentro de la ruta Tren del Hielo I, en base a una investigación documental y a las encuestas y entrevistas realizadas. Para lo cual, se generó el análisis interno de la ruta, misma que está conformada por las fortalezas y debilidades con las que esta cuenta, de igual forma, se realizó el análisis externo de la ruta conformada por las oportunidades y amenazas. Con estos dos análisis se identificó el porqué del cierre de la misma y se generaron estrategias que permitan reactivarla.
- b. ***Direccionamiento estratégico:*** En este punto se definen las estrategias en la ruta Tren del Hielo I, esto a través de un estudio de campo y documental identificando aspectos como las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, para lo cual, se generan objetivos estratégicos a mediano y largo plazo. A través del direccionamiento estratégico se precisa comprender que se anhela alcanzar y el camino a diseñar para cumplirlo.

- c. **Proyección estratégica:** En este ítem se genera un análisis en el que se describen elementos importantes que posee la ruta Tren del Hielo I, para posicionar nuevamente la ruta en el mercado a través de un despliegue de proyectos como el aprovechamiento de los recursos, capacidades y aptitudes de esta para su reactivación, presentando la misión, visión, objetivos, valores y principios de la ruta turística, además de detallar las estrategias a corto, mediano y largo plazo.

Capítulo III

Análisis y Discusión de Resultados

Introducción

Con base a la metodología que propone el SERNATUR en el año 2017, su objetivo principal se centra en identificar las experiencias en cuanto a los emprendimientos turísticos se refiere, así mismo, el Servicio Nacional de Turismo (2017) permite identificar “metodologías, recomendaciones y herramientas, tanto para la creación de narrativas, como para la evaluación de las experiencias turísticas por desarrollar” (p.7). Dentro de este orden de ideas, se recopila y procesa todo tipo de información acerca de la experiencia turística generada dentro de la ruta Tren del Hielo I y el producto ofertado.

En función de lo planteado, el presente proyecto busca analizar las experiencias turísticas generadas en los visitantes de la zona y la incidencia que tienen estos en los emprendimientos turísticos, partiendo de datos relevantes del sector con el objetivo de identificar el desarrollo del turismo y evaluar la situación actual de dichos negocios tras el cierre de la ruta turística Tren del Hielo I, para posteriormente generar ideas que permitan el fortalecimiento de dichos emprendimientos de tal manera que se logre satisfacer las necesidades que presentan los turistas.

Finalmente, el capítulo III se centra en detallar varios puntos de importancia reflejados dentro de la metodología propuesta por el Sistema Nacional de Turismo en el 2017, entre los cuales parte desde las generalidades de la ruta turística Tren del Hielo I, la valoración del producto, diseño de experiencias, su caracterización, tendencias y concluye con el direccionamiento y proyección estratégica del mismo.

Análisis de la experiencia turística

La obra del ferrocarril inicia como tal en el año 1873 en el gobierno de Gabriel García Moreno, sin embargo, años más tarde fue inaugurada en 1905 uniendo las ciudades de

Riobamba y Durán. Ahora bien, este hecho concluye en el 2010 en el gobierno de Rafael Correa quien dio paso a la creación de la Empresa Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública (FEEP) tras firmar el decreto N° 313 (Villegas, 2019). Por consiguiente, este suceso hizo que se crearan varias rutas turísticas dentro del callejón interandino y la costa ecuatoriana, de tal forma que, el 3 de octubre de 2012 se inaugura la ruta turística Tren del Hielo I.

Sin duda alguna, esta ruta es considerada como una de las más importantes dentro de la FEEP ya que muestra al turista la belleza de los páramos andinos donde se pueden observar diversas elevaciones volcánicas (Chimborazo, Cariguairazo, Tungurahua Altar y Sangay), la cultura y tradición de sus pueblos, y sobre todo, ofrece a los visitantes una gran variedad de actividades que se pueden realizar dentro de esta ruta (Greenfield, 2020), de la misma forma, existen un sin número de datos relevantes acerca de la ruta turística Tren del Hielo I los cuales son de consideración, es así que estos se muestran en la siguiente tabla.

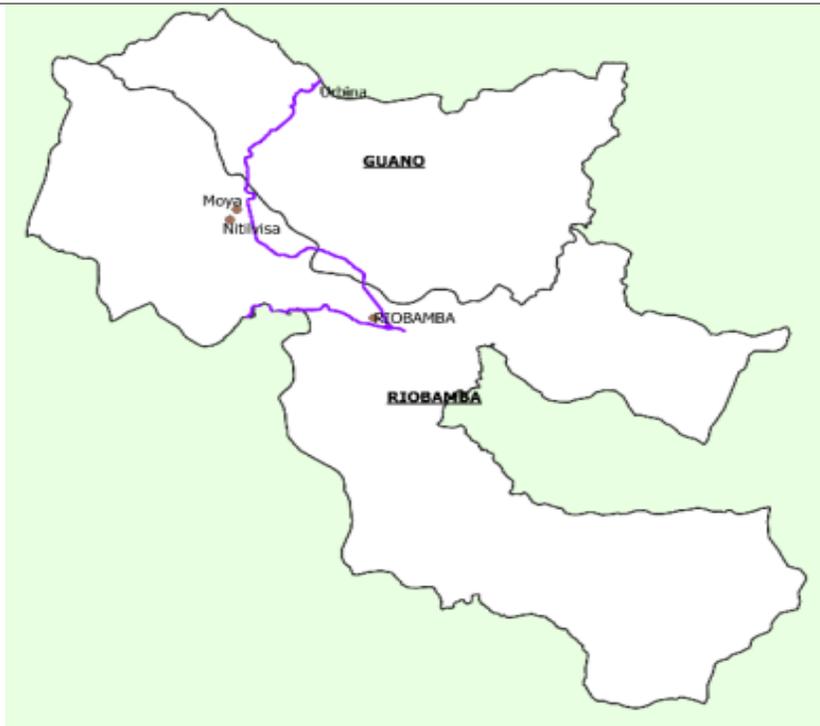
Tabla 9

Datos generales de la ruta turística Tren del Hielo I

Ruta Turística Tren del Hielo I	
Recorrido:	Riobamba – Urbina – La Moya – Riobamba
Duración:	06h 40 min.
Días de operación:	Fines de semana (sábado - domingo) y feriados
Altura:	Riobamba: 2,764 m.s.n.m.
	Urbina: 3,609 m.s.n.m.
	La Moya 3250 m.s.n.m.
Temperatura:	Oscila entre 3°C y 19°C
	Registro en la estación de Riobamba.
	Salida de la ciudad de Riobamba con destino a Urbina.
	Llegada a Urbina.

Ruta Turística Tren del Hielo I

Itinerario:	Salida hacia la comunidad La Moya. Almuerzo. Salida a la ciudad de Riobamba. Llegada a la ciudad de Riobamba.
Precio:	\$27.00 adultos / \$21.00 (3era edad, discapacitados y niños).

Mapa de la ruta:

Nota. Tomado de Buenaño (2020).

La ruta turística Tren del Hielo I se encuentra ubicada en la zona centro de la sierra ecuatoriana en la provincia de Chimborazo y recorre aproximadamente 31 km en el trayecto Riobamba – Urbina – La Moya – Riobamba.

En relación con este tema, dentro de esta ruta turística se visita el Centro de Interpretación del Hielo en Urbina donde Baltazar Ushca cuenta que es la última persona en el mundo que mantiene viva la tradición de ir cada semana al Chimborazo para pedirle permiso y

extraer hielo fósil de sus faldas para poder comercializarlo, así mismo, hace de guía contando la historia general de todo el lugar así como las anécdotas que ha vivido a lo largo de su existencia (Buenaño, 2020).

Por su parte, en La Moya las personas descendientes de los Puruhá cuentan a los turistas como ha sido su vida desde la infancia, sus anécdotas, así como sus costumbres y tradiciones que hacen del pueblo un lugar único en el mundo. Finalmente, en este lugar tienen los visitantes la oportunidad de comer un almuerzo típico del sitio antes de su retorno a la ciudad de Riobamba para concluir con la ruta.

Sin duda, el impacto causado por la ruta turística Tren del Hielo I en las comunidades y zonas aledañas a la misma ha permitido el desarrollo económico y social de los sitios, tal es el caso, que según el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Riobamba (2019) esta ruta en dicho año contaba con “47 emprendimientos comunitarios generados y 135 empleos; 2 emprendimientos de tipo privado y 16 empleos generados” (p.58). Por consiguiente, el desarrollo del ámbito económico dentro de la ruta se lo puede considerar como positivo, ya que a través de la generación de empleos y la llegada de turistas nacionales y extranjeros se logró dinamizar la economía de la zona, así mismo, al impacto sociocultural que se evidenció se lo puede considerar como positivo debido a que se produjo una mejora en la calidad de vida de las personas relacionadas con la ruta, al mismo tiempo, se generó un intercambio cultural entre las comunidades y los turistas (Pinos, 2020).

Por su parte, el 19 de mayo de 2020, el presidente Lenin Moreno bajo el Decreto Ejecutivo N° 1057 en su artículo 1 determina el cierre de la Empresa Ferrocarriles del Ecuador, Empresa Pública (FEEP), sin embargo, su proceso de liquidación inicia 3 meses después dando un plazo de 256 días para que se cumpla, esto gracias a que dicha empresa fue declarada como no rentable debido al saldo negativo que se generó con el pasar de los años luego de su apertura (Ministerio de Transporte y Obras Públicas, 2022). No obstante, la

concesión del ferrocarril se ha venido aplazando con el pasar de los meses, ya que, ahora está fijada para que se cumpla durante el primer semestre del 2023.

Economía de la experiencia

El proceso para la valoración de un producto es de suma importancia ya que permite identificar diferentes requerimientos con los que este debe contar para poder ser ofertado al turista y este evidencie que se trata de un producto de calidad y que cumple con todos los requerimientos para poder ser considerado como tal, es así que, el sistema de valoración que se implemente debe ser veraz (Ponce, 2018). Por lo tanto, para realizar la valoración del producto a la ruta turística Tren del Hielo I se ha identificado 3 niveles a cumplir como se evidencian en la siguiente tabla.

Tabla 10

Valoración del producto a la ruta turística Tren del Hielo I

Ruta Turística Tren del Hielo I	
<u>Primer nivel: materia prima.</u>	<p>La materia prima que se considera dentro de la ruta turística Tren del Hielo I es el tren como tal, el modelo de este convoy se encuentra dentro de la categoría colonial y está conformado por una locomotora GEC ALSTHOM creada por la empresa Euskotren por la cual se hizo una inversión de 3' 326 666 dólares y cuatro vagones, además, el ferrocarril cuenta con una capacidad para 58 personas, no obstante, su capacidad máxima llega hasta las 85.</p> <p>Por su parte, el tren cumple con un recorrido de ida y vuelta que ronda entre los 62.60 km y viaja en promedio entre 15-33 km/h, esto se traduce en un tiempo de recorrido de 2h 45 min aproximadamente.</p>

Ruta Turística Tren del Hielo I

Estación de Riobamba: La Sociedad Bancaria de Chimborazo fue quien financió el proyecto para la creación de esta estación, es así como en 1925 se da su inauguración, sin embargo, para el 2012 se reinaugura la estación junto con la Plaza Eloy Alfaro donde su edificación fue readecuada para ubicar dentro de la misma las oficinas de Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública (FEEP).

Ahora bien, la estación se encuentra ubicada en la zona centro de Riobamba, se caracterizó por ser un punto accesible para la movilidad de las personas, además, se dio paso a crear espacios donde puedan ubicarse artesanos, emprendedores y artistas para captar un mayor número de turistas en dicho lugar y así dinamizar la economía de la zona (Hernández, 2017).

Segundo nivel: bienes o productos

Estación de Urbina: Esta estación fue construida en el año de 1905 siendo reconocida como el punto de la línea férrea más alto del país. Por su parte, desde esta zona se pueden observar varias elevaciones como el Chimborazo, Tungurahua, Carihuairazo y Altar.

Si bien es cierto, la apertura de las oficinas de la FEEP junto con el museo del Hielo hicieron de Urbina un destino ideal para la consolidación de la estación, este hecho permitió que la economía despuntara no solo en la parroquia sino en todo el cantón San Lorenzo (Álvarez et al., 2016).

Ruta Turística Tren del Hielo I

Existe una gran variedad de servicios que la ruta turística Tren del Hielo I ofertó a los turistas las cuales se encuentran enlistadas a continuación:

	Estación de Urbina	Estación de Riobamba
Cafés del Tren	X	X
Museos del Tren	X	X
Plazas Artesanales	X	X
<u>Tercer nivel: servicios</u> Tiendas del Tren	X	X
Refugios del Tren	X	
Alimentación	X	X
Guianza	X	X
Alojamientos	X	X
Operadoras turísticas	X	X

Nota. La siguiente tabla representa los productos turísticos encontrados en la ruta.

La ruta turística Tren del Hielo I generó productividad dentro de las comunidades, esto gracias a la gran variedad de servicios que se ofertaban, así mismo, al existir una cantidad considerable de emprendimientos turísticos cerca de las estaciones de Urbina y Riobamba se crearon varias plazas de empleos que contribuyeron a la economía del lugar, por ende, los servicios cada vez eran mejores debido a la gran cantidad de turistas que aportaba la ruta, de

tal manera, la inversión realizada por parte de cada emprendimiento era cada vez mayor ya que tenían el objetivo de generar una experiencia positiva en el turista.

Bajo este contexto, el diseño de experiencias se centra prácticamente en generar una satisfacción memorable en el turista a través de la oferta de un producto o un servicio de calidad, de esta manera, el valor agregado será sumamente relevante, como consecuencia, esto generará fidelización y reconocimiento por parte de los turistas hacia el emprendimiento que ofrece el servicio o producto (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2020). Por consiguiente, se analizan los emprendimientos turísticos relevantes que se encuentran cercanos a la ruta Tren del Hielo I como se evidencian en la siguiente tabla.

Tabla 11

Emprendimientos turísticos de la ruta Tren del Hielo I

Emprendimientos	Generalidades
Urkukunapak Wasi	<p>Ubicado en la comunidad de La Moya, es considerado como un proyecto turístico comunitario ya que brinda el servicio de alojamiento para los turistas, su capacidad máxima es de 24 personas. Con respecto a la restauración, Urkukunapak Wasi también ofrece dicho servicio dentro de sus instalaciones, este restaurante se centra en la elaboración de comida típica donde resaltan la gran variedad de cereales y granos que se dan en la zona (Samaniego, 2019).</p> <p>Su principal objetivo es ofrecer alojamiento y el servicio de restauración a los turistas y viajeros que visitan la región, y de esta manera poder ayudar a promocionar el turismo en la comunidad.</p>

Emprendimientos	Generalidades
<p>Centro de Interpretación La Moya</p>	<p>Ubicado a 2250 m.s.n.m en la comunidad La Moya, se encuentra el centro de interpretación que fue creado con el objetivo de poder representar a través de diversos medios el trabajo y proceso que realizan los hieleros del Chimborazo, así mismo, cuenta con dos salas interpretativas donde se conocen también la variedad de leyendas, costumbres y tradiciones de la comunidad (Samaniego, 2019).</p> <p>Por su parte, el recorrido es realizado a través del servicio de guianza que ofrece la gente de la misma comunidad, donde al final muestran a los turistas una cueva representativa del Templo Machay, mismo al cual acude toda persona que va a subir al Chimborazo para entregarle ofrendas y que este les otorgue el permiso para empezar su ascenso.</p>
<p>Posada La Estación Urbina</p>	<p>Este lugar se encuentra ubicado frente a la estación de Urbina, fue creado con el objetivo de brindar a los turistas el servicio de alojamiento, alimentación y bebidas. Es considerado como un albergue que funciona como la primera parada para aquellas personas que quieren iniciar su ascenso al volcán Chimborazo.</p> <p>Así mismo, dentro de La Posada se oferta el servicio de cabalgatas, trekking, ciclismo y alta montaña, además, en la parte posterior del lugar se puede encontrar un jardín botánico con varias especies de plantas endémicas e inclusive algunas</p>

Emprendimientos	Generalidades
	chozas antiguas que representan la forma de vida de los indígenas vista a través de la cultura andina.
	La Hacienda Monte Carmelo se ubica en la parroquia Urbina, a 3.2 km de la estación del tren, este espacio fue construido con el objetivo de brindar descanso físico y espiritual a los turistas que transitan por la zona.
Hacienda Monte Carmelo	Esta hacienda es una de las primeras en obtener la certificación internacional “Huella de Carbono Neutro”, cuenta con 5 dormitorios con espacio para alojar a 14 personas en total, dentro de la misma se oferta el servicio de alimentos y bebidas junto con un espacio de entretenimiento para los turistas, además, cuenta con parqueadero y una pequeña capilla.
Hostería La Andaluza	Hostería La Andaluza está ubicada a 8.3 km de la estación del tren de Urbina, este lugar fue creado con el objetivo dar a conocer parte de la cultura andina a los turistas a través de la Hacienda Chuquipogio la cual esconde un mundo lleno de historia y naturaleza que cautiva a los visitantes. Por su parte, esta hostería está considerada bajo la categoría hotel-museo por los servicios que ofrece, sin embargo, dentro de la misma existe un restaurante, bar, cafetería, spa, áreas verdes y un centro de convenciones para eventos sociales.
	Este hotel se encuentra ubicado en la zona céntrica de Riobamba, a 4 minutos de la estación del tren, su objetivo se

Emprendimientos	Generalidades
Hotel Shalom	<p>centra en brindar un excelente servicio de hospedaje donde se priorice el buen servicio y se resalte la calidad del lugar.</p> <p>Hotel Shalom cuenta con un restaurante especializado en comida tradicional e internacional, además, posee garaje, internet y seguridad. Por otra parte, se caracteriza en ofrecer instalaciones libres de alcohol y tabaco ya que su target son ejecutivos y familias.</p>
Hotel Zeus	<p>Ubicado a 5 minutos de la estación del tren de Riobamba, este hotel tiene como objetivo proporcionar una experiencia de hospedaje agradable y cómoda para sus huéspedes y asegurarse de que sus necesidades estén satisfechas durante su estancia.</p> <p>Bajo este contexto, el Hotel Zeus cuenta con habitaciones suite, premium y ejecutivas, así mismo, posee un restaurante, zona de entretenimiento, gym, salones para eventos y un bar.</p>
Mansión Santa Isabella	<p>La Mansión Santa Isabella se encuentra ubicada a 5 minutos de la estación del tren de Riobamba, este lugar se crea como un proyecto familiar con el objetivo de ofrecer a los turistas una alternativa de alojamiento diferente donde se conecta el lado humano con el ambiental.</p> <p>Este lugar brinda espacios cómodos, servicio de alimentos y bebidas, spa, bar, y cuenta con una tienda donde se venden artesanías y productos naturales elaborados con materiales propios del país.</p>

Emprendimientos	Generalidades
Plaza Artesanal del Tren	<p>Esta plaza artesanal se encuentra ubicada dentro de las instalaciones de la estación del tren de Riobamba, este lugar ofrece una amplia variedad de productos artesanales y recuerdos, así como restaurantes y otros servicios turísticos ubicados en los alrededores de la plaza, así mismo, es considerado como un sitio popular para los turistas que visitan la ciudad, tal es el caso, que es considerada como una buena opción para adquirir souvenirs o simplemente disfrutar de la atmósfera y la cultura local.</p>
Mia Lounge Restaurant	<p>Ubicado a 3 minutos de la estación del tren de Riobamba, su objetivo es proporcionar comidas y bebidas de alta calidad a sus clientes y brindar un servicio excepcional al mismo tiempo, al mismo tiempo, Mia Lounge Restaurant ofrece karaoke y música en vivo para amenizar la noche.</p>
Incañan Agencia de Viajes	<p>Incañan se encuentra ubicado a 3 minutos de la estación del tren de Riobamba, el objetivo de esta agencia de viajes es asegurarse de que los viajeros tengan una experiencia de viaje agradable y sin problemas, y que se sientan satisfechos con los servicios que han contratado como venta de boletos aéreos, seguros de viajes, renta de autos, venta de cruceros, etc.</p>
	<p>Equatur se encuentra ubicada a 5 minutos de la estación del tren de Riobamba, esta agencia de viajes y operadora turística se centra principalmente en promover destinos turísticos del</p>

Emprendimientos	Generalidades
Equatur	Ecuador, tales como, tours dentro de la provincia de Chimborazo y Tungurahua, además, ofrecen guianza y asesorías técnicas.
Aventuras de Montaña Tour Operador	Esta operadora de turismo se encuentra ubicada a 5 minutos de la estación del tren de Riobamba, su objetivo principal se centra en ofrecer expediciones y recorridos en montañas (Cayambe, Altar, Carihuairazo, Sangay, Chimborazo y Cotopaxi), además, entre los servicios que ofrece se encuentran guanzas realizadas a las lagunas de Atillo, ruta Los Altares, Templo Machay, etc.

Nota. La siguiente tabla representa los emprendimientos turísticos encontrados alrededor de la ruta.

Los emprendimientos turísticos mencionados generaron un desarrollo económico importante en las zonas a las que pertenecen, esto evidentemente antes del cierre de la ruta turística Tren del Hielo I, sin embargo, actualmente son considerados como oportunidades de emprendimientos que pese al cierre siguen contribuyendo a la economía de la zona gracias a las plazas de empleo y recepción de turistas que generan.

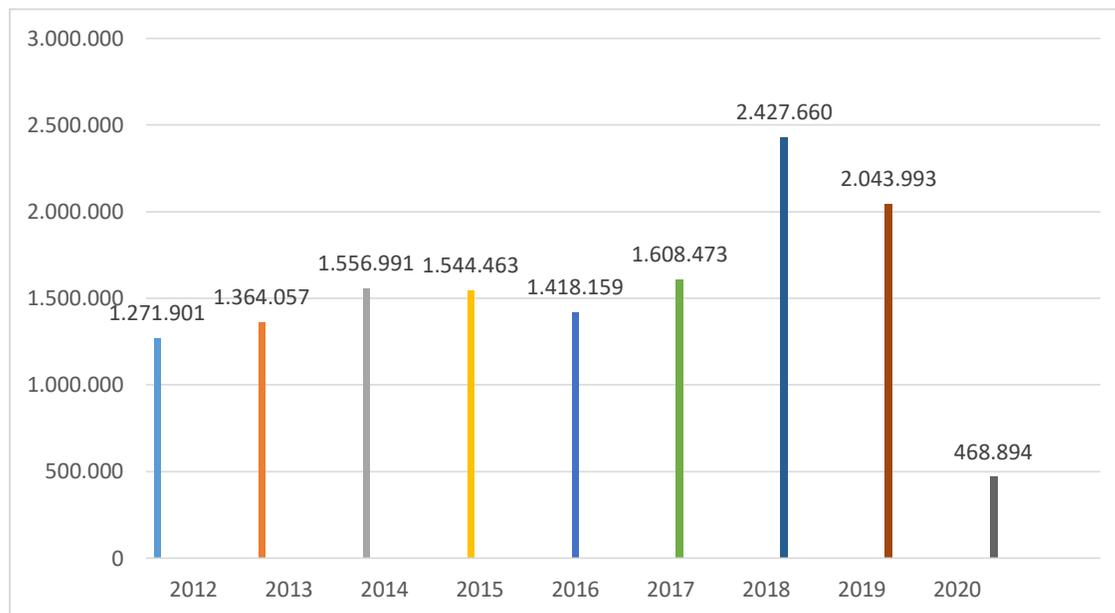
Bajo este contexto, es importante generar ciertos datos estadísticos que muestren como se ha manejado el turismo dentro del país y observar las cifras obtenidas tras la creación de la ruta turística Tren del Hielo I.

Por su parte, no cabe duda que el turismo es uno de los principales motores que mueve al país y al mundo, además, esto se puede evidenciar al observar el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) que ha tenido el país a lo largo de estos últimos años pasando de

\$87'920.000 en el 2012 a \$107'600.00 en el 2018. Por consiguiente, a continuación, se presentan los datos donde se evidencia el número de turistas que ha llegado al país durante el período 2012-2020.

Figura 9

Número de llegada de turistas al Ecuador



Nota. Estadísticas del MINTUR con respecto al número de turistas que llegan al país.

Como se puede observar en la figura anterior, el arribo de turistas al país ha sido constante, tal es el caso, que durante el 2012 año de la inauguración de la Ruta Tren del Hielo I llegaron al país 1'271.901 turistas, sin embargo, existió un despunte en el 2018 donde 2'427.660 personas visitaron Ecuador. Por consiguiente, al existir en el 2018 un mayor número de turistas en el país, evidencia que existió una mayor afluencia de visitantes que llegaron a la provincia de Chimborazo en comparación con el año 2012, por tal motivo, se tiene el registro de que a la provincia durante el 2018 llegaron 89.647 turistas entre nacionales y extranjeros.

En consecuencia, los turistas mencionados anteriormente están distribuidos de manera general dentro de toda la provincia, sin embargo, en la siguiente tabla se muestran aquellos datos de los turistas que realizaron la ruta Tren del Hielo I en dicho año.

Tabla 12

Número de turistas que realizaron la ruta Tren del Hielo I e ingreso anual percibido

Promedio de pasajeros semanal	Promedio anual de pasajeros	Ingreso anual generado (\$)	Ingreso anual diferenciado (\$)	Ingreso total percibido (\$)
228	10.944	170.786	19.699.20	221.068,80

Nota. Tomado de Villegas (2019).

Como se evidencia en la tabla anterior, en el 2018 se tuvo un registro promedio de 228 turistas semanales entre nacionales y extranjeros que realizaron la ruta turística Tren del Hielo I, por ende, anualmente se tuvo a 10.944 visitantes los cuales dejaron a Ferrocarriles Ecuador Filial Sur un ingreso de \$221.068,80 lo que se refleja como un incremento en la economía no solo de la empresa, sino de todo el sector involucrado dentro de la ruta.

Experiencia Turística

La particularidad de la ruta Tren del Hielo I radica en su trayecto, ya que está enfocada en recorrer Riobamba, Urbina y La Moya a través de la línea férrea, de tal forma que, generó sensaciones y emociones a quienes viajaban en sus vagones, visualizando imponentes volcanes, paisajes andinos, así como el disfrute de la gastronomía y cultura de las comunidades a las cuales llegaba el tren.

De la misma forma, dentro de esta ruta se ofrecían productos tangibles e intangibles que junto con el servicio prestado por los locales captaron la atención de los turistas. Por consiguiente, en la siguiente tabla se presentan los productos que ofertó la ruta Tren del Hielo I.

Tabla 13*Productos tangibles e intangibles en la Ruta Tren del Hielo 1*

Productos tangibles e intangibles	Descripción
Visualización de volcanes	Al recorrer la ruta que va desde Riobamba, Urbina, La Moya y de regreso a Riobamba, se puede visualizar majestuosos volcanes como son el Capac Urco con su cumbre de 5 picos, el volcán más alto del Ecuador conocido como el Chimborazo y por último el volcán Carihuairazo.
Estación Urbina	En esta estación se conoce al último hielero del Ecuador más conocido como Baltazar Ushca, el cual extrae hielo del volcán Chimborazo para comercializarlo en la ciudad de Riobamba, con el fin de elaborar helados de paila.
Comunidad de la Moya	Generalmente una mujer de esta comunidad es la guía local; dentro de La Moya se realizan 3 paradas, la primera, donde se da a conocer las actividades cotidianas que se realizan dentro de la comunidad, la segunda parada llamada Jatari Campesino, es considerada como uno de los atractivos más representativos de Riobamba, en la cual se genera una convivencia comunitaria y se muestran las danzas tradicionales de la localidad, y finalmente, en la última

Productos tangibles e intangibles	Descripción
	parada se degustan bebidas preparadas por las mujeres pertenecientes a La Moya.
	Recorridos interpretativos, como la experiencia de pasear en compañía de mujeres de la comunidad con alpacas, canticos y conocer la iglesia de la Moya, unas de las más antiguas del Ecuador.
	Hospedaje en Urkukunapak Wasí (Casa de las montañas), en este lugar se pueden alojar turistas y disfrutar de la infraestructura andina.

Nota. Tomado de La Nación (2019).

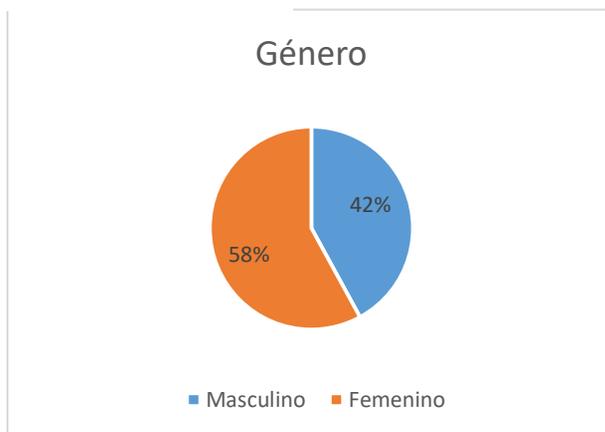
No cabe duda que esta ruta generó grandes expectativas como emociones en las personas que la visitaban, de tal modo que, para poder analizar el grado de influencia de la ruta en los emprendimientos turísticos, se desarrolló un número determinado de encuestas a los turistas que aún mantienen contacto con la ruta, con el cual se pudo obtener información significativa sobre la incidencia en los emprendimientos turísticos que tuvo la ruta del Tren del Hielo I.

En tal sentido, la encuesta que se empleó en la ruta que recorre Riobamba, Urbina y La Moya está conformada por dos partes; la primera, se enfocó en obtener datos generales e informativos, y la segunda, se centró en la elaboración de una serie de preguntas que infieren en conocer el grado de influencia que generó el cierre de la ruta Tren del Hielo I en los emprendimientos turísticos, mismos que se detallan a continuación:

- a. **Datos generales e informativos:** en este punto se levantó información como el género, edad, instrucción académica y ocupación, lo cual permitió generar un análisis correspondiente, representado en las siguientes figuras:

Figura 10

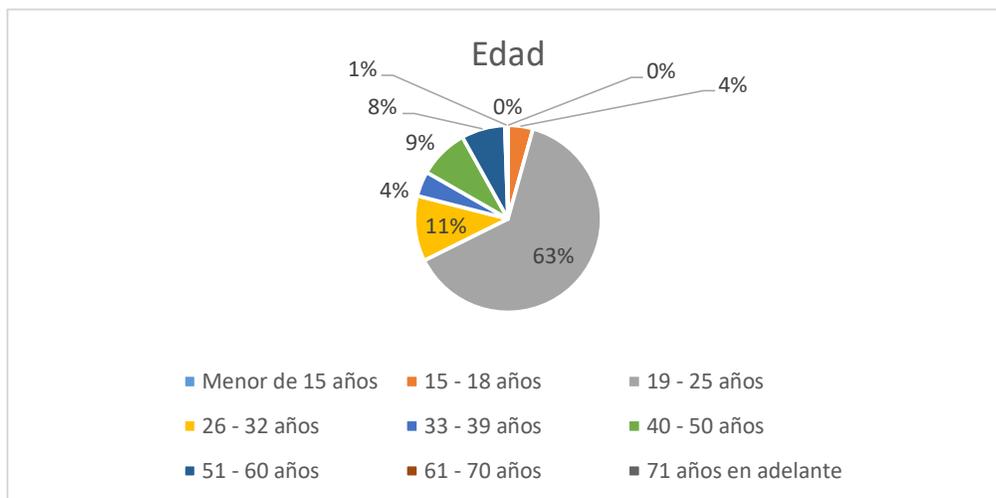
Género



Análisis e interpretación: Se puede observar que del total de personas encuestadas el 58% es decir 215 personas forman parte del género femenino, por otro lado, el 42% hace referencia a 156 personas que corresponden al género masculino, por lo que se puede determinar que existe un número superior de mujeres que visitan la ruta de Riobamba, Urbina y la Moya.

Figura 11

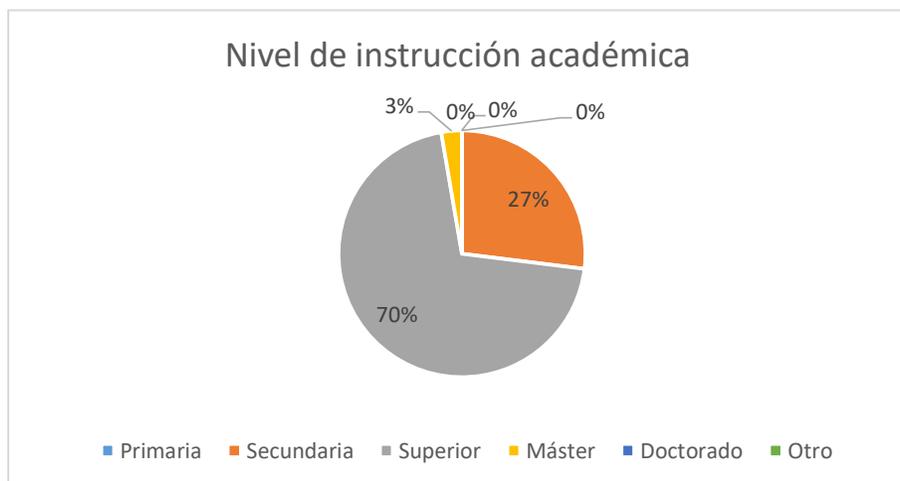
Rango de edad



Análisis e interpretación: Se estableció que, de los 371 encuestados, el 63% corresponde a edades que van entre 19 – 25 años, el 11% pertenece a personas con un rango de edad entre 26 – 32 años, así mismo, el 9% representa a encuestados que tienen entre 40 – 50 años, por otro lado, el 8% incorpora a personas entre 51 – 60 años, el 4% corresponde a personas con edad entre los 15 – 18 años, por su parte, el otro 4% representa a personas entre 33 – 39 años, y por último, los menores de 15 años, el rango de 61 – 70 años y de 71 en adelante, representan el 0% de las personas encuestadas. Por consiguiente, los turistas que más recorren los puntos de Riobamba, Urbina y La Moya son jóvenes.

Figura 12

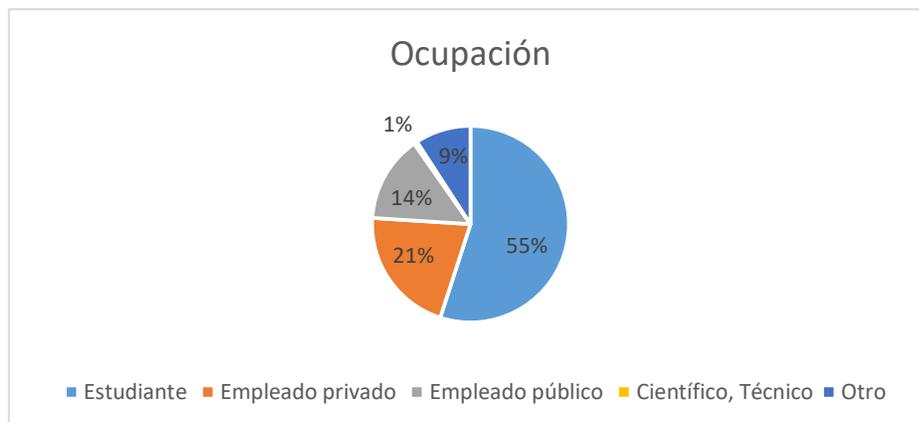
Nivel de instrucción académica



Análisis e interpretación: Con respecto a la instrucción académica de los turistas encuestados, se pudo establecer que el 70% de estos poseen un nivel académico superior, el 27% cuenta con un nivel de secundaria, así mismo, el 3% cuenta con masterado, por otro lado, el 0% que da a entender que ninguno de los encuestados tiene el nivel de primaria o un doctorado. Es así que, la gran mayoría de turistas que fueron encuestados cuentan con un título de tercer nivel y por ende su profesión les permite realizar viajes a diferentes destinos.

Figura 13

Ocupación del encuestado



Análisis e interpretación: De los 371 encuestados, el 55% corresponden a personas que aún son estudiantes o cursan una carrera, por otra parte, el 21% afirma ser empleado privado, así mismo, el 14% son empleados del sector público, el 9% menciona tener otra ocupación, mientras que el 1% posee una ocupación científico - técnico. Por consiguiente, más de la mitad de los encuestados mencionan estar entre la categoría de estudiantes y empleados.

- b. Desarrollo de la encuesta:** Dentro de este apartado se generaron 10 preguntas dirigidas a los turistas que recorren la ruta Riobamba, Urbina y La Moya, con el objeto de conocer la relación e influencia de la ruta turística con los emprendimientos turísticos, cuyos resultados se evidencia en las siguientes figuras.

Figura 14

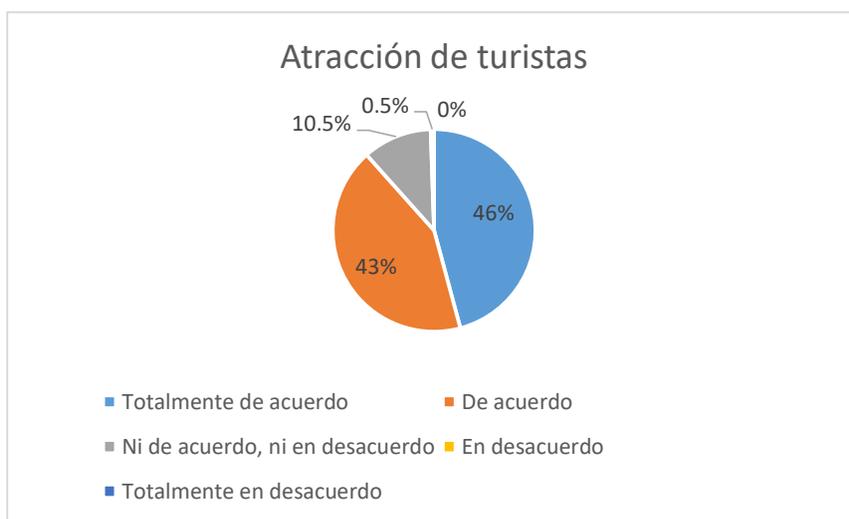
Pregunta 1. ¿Tuvo usted la oportunidad de recorrer la ruta turística Tren del Hielo I?



Análisis e interpretación: De las 371 personas a las que se encuestó, el 75% de personas mencionan que sí tuvieron la oportunidad de recorrer la ruta Tren del Hielo I, mientras que, el 25% encuestados no lo hicieron, en tal sentido, existe un gran porcentaje de turistas que han vuelto a visitar las zonas aledañas a la ruta pese a que el servicio del tren cerró.

Figura 15

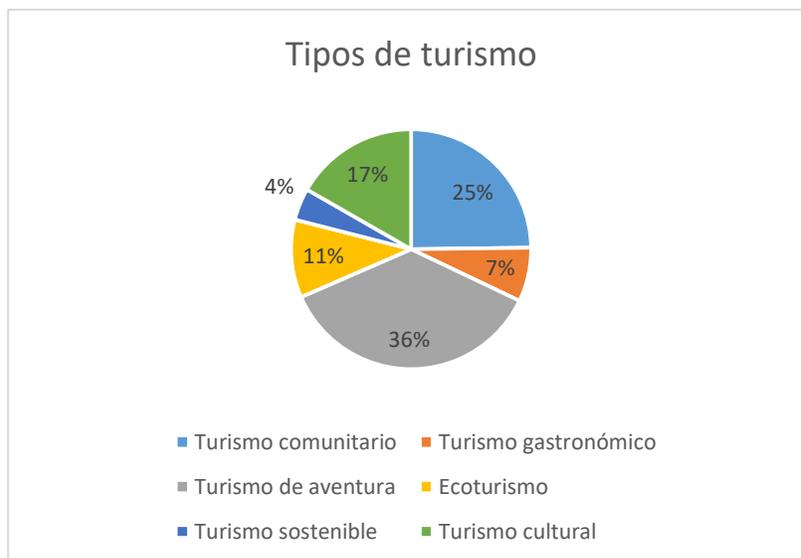
Pregunta 2. ¿Está usted de acuerdo en que la ruta Tren del Hielo I atraía gran cantidad de turistas?



Análisis e interpretación: Con respecto a esta pregunta, el 46% de los encuestados mencionan que están totalmente de acuerdo en que la ruta Tren del Hielo I generaba gran atracción de turistas, así mismo, el 43% están de acuerdo, por otro lado, el 10.5% no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo, el 0.5% mencionan que están en desacuerdo, y finalmente ningún encuestado tomó la postura de totalmente en desacuerdo. Por consiguiente, la valoración que tuvieron los turistas se resume en que la gran mayoría afirmó que la ruta del tren captaba un gran número de turistas dentro de la zona Riobamba, Urbina y La Moya.

Figura 16

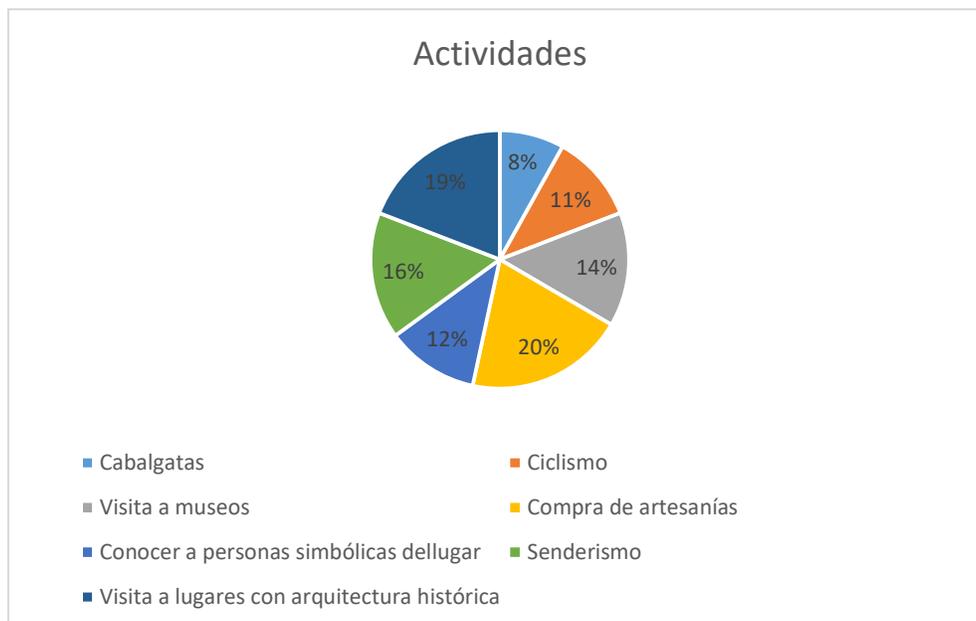
Pregunta 3. En la ruta Tren del Hielo I actualmente cerrada ¿Qué tipos de turismo cree usted que se podrían desarrollar?



Análisis e interpretación: En cuanto a los tipos de turismo que se podrían desarrollar dentro de la zona de la ruta Tren del Hielo I, el 36% asegura que el turismo de aventura sería el adecuado, el 25% de encuestados mencionan que se podría desarrollar un turismo comunitario, así mismo, el 17% están de acuerdo en generar un turismo de aspecto cultural, por otra parte, el 11% señalan en que se podría realizar ecoturismo en la ruta, desde otra perspectiva, para el desarrollo de un turismo gastronómico solo un 7% estuvieron de acuerdo y el restante de encuestados representados por el 4% especulan que se podría desarrollar un turismo sostenible. Por consiguiente, para los turistas que fueron encuestados, el turismo de aventura y comunitario encajan a la perfección para su desarrollo dentro de Riobamba, Urbina y La Moya.

Figura 17

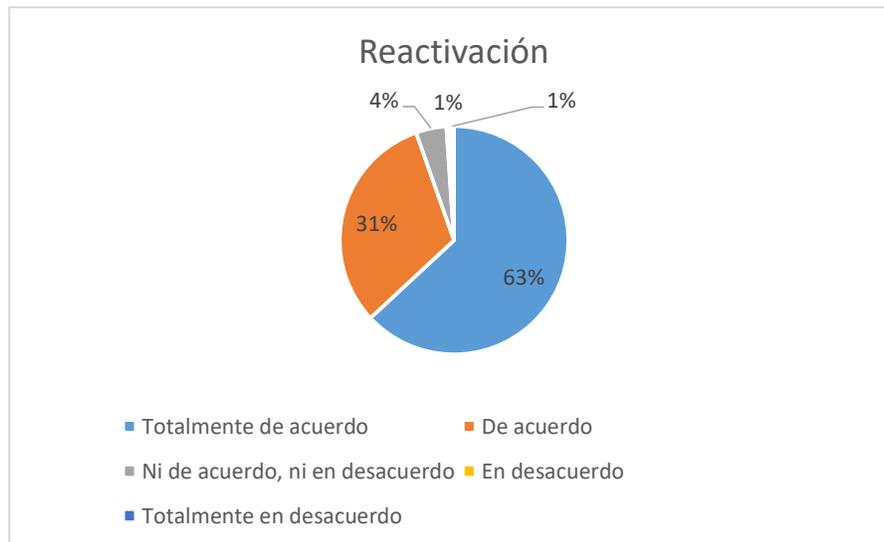
Pregunta 4. ¿Qué actividades se desarrollaban antes del cierre de la ruta Tren del Hielo I?



Análisis e interpretación: Del total de encuestados el 20% de personas señalan que en esta ruta se realizaba en mayor parte la compra de artesanías elaboradas por los locales, el 19% afirman que se visitaban lugares con arquitectura histórica en el transcurso de la ruta, por otra parte, el 16% mencionan que se realizaba senderismo para conocer mejor los lugares, el 14% cree que en esta ruta se hacían visitas a museos para conocer la historia de las comunas, con respecto a conocer personajes simbólicos de esta ruta el 12% de encuestados afirman que si se lo realizaba, mientras el 11% mencionan que entre las actividades que se realizaban se encuentra el ciclismo y el 8% de encuestados señalan que en la ruta se realizaban cabalgatas en los lugares en los que hacía paradas el tren. Por consiguiente, los turistas mencionan que entre las actividades principales que consideran se realizaban dentro de la ruta del tren son la compra de artesanías y la visita a lugares arquitectónicamente históricos.

Figura 18

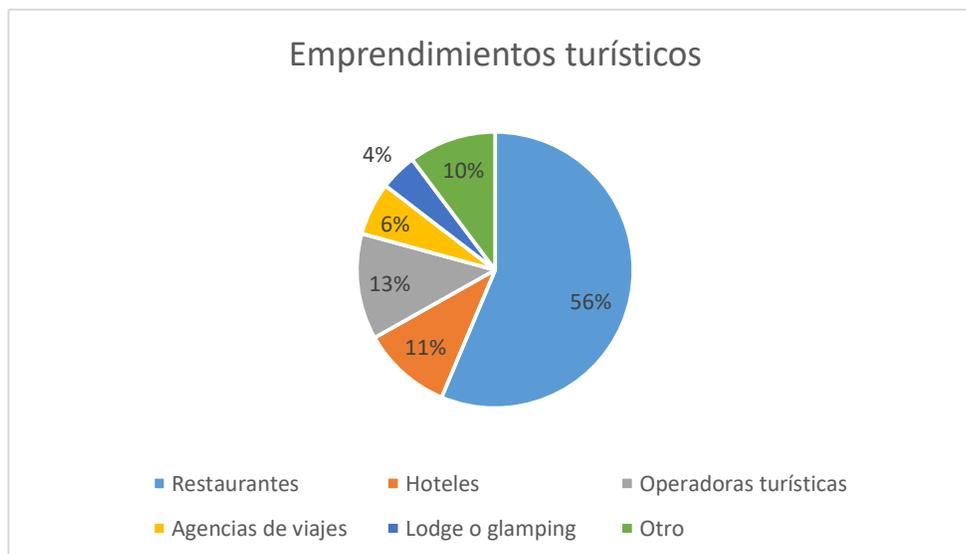
Pregunta 5. ¿Estaría usted de acuerdo con la reactivación de la ruta Tren del Hielo 1?



Análisis e interpretación: Del total de personas encuestadas, el 63% afirman que están totalmente de acuerdo en que se realice la reactivación de la ruta Tren del Hielo I, el 31% están de acuerdo, mientras un 4% se encuentran en un punto en el que no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo en que se realice su reapertura, así mismo, el 1% de los encuestados menciona que está en desacuerdo y en total desacuerdo. Por consiguiente, más de la mitad de los turistas que fueron encuestados afirman que la reactivación de la ruta causaría un impacto positivo en las zonas aledañas a la misma.

Figura 19

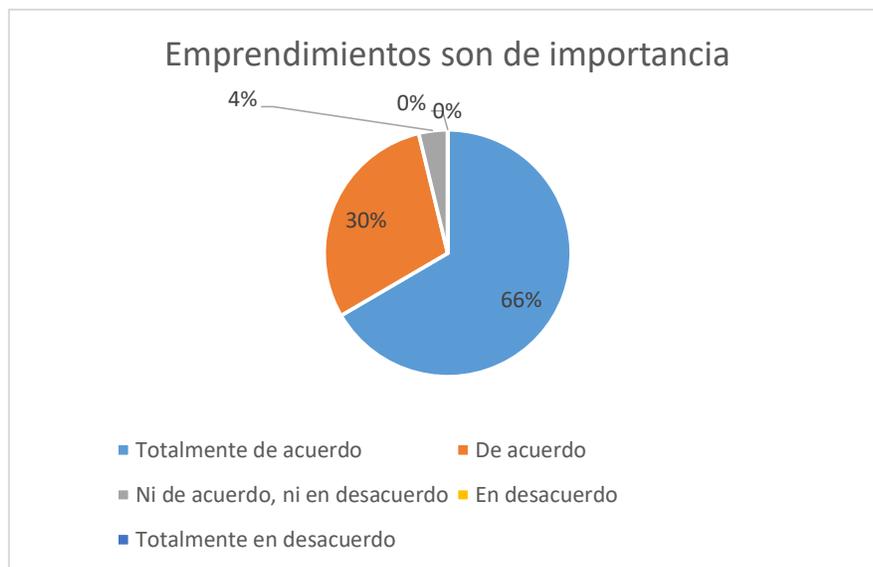
Pregunta 6. ¿Qué tipo de emprendimientos turísticos ha visitado usted durante el recorrido de la ruta Tren del Hielo I?



Análisis e interpretación: El 56% de las personas encuestadas mencionan que los emprendimientos que más se ha visitado en la ruta son los restaurantes, como segundo lugar las operadoras turísticas han sido una de las más usadas con un 13%, por otro lado, el 11% mencionan que hacían uso de alojamientos u hoteles, el 10% señalan que hacían uso de otro tipo de emprendimientos turísticos, así mismo el 6% visitaban agencias de viajes y tan solo un 4% afirma que hacían uso de Lodge o Glamping cuando recorrían la ruta. Es así que, una gran parte de los turistas que transitaban por la ruta no pernoctaban en zonas aledañas a la misma ya que el recorrido era corto, por ende, el emprendimiento que más visitaban eran los restaurantes.

Figura 20

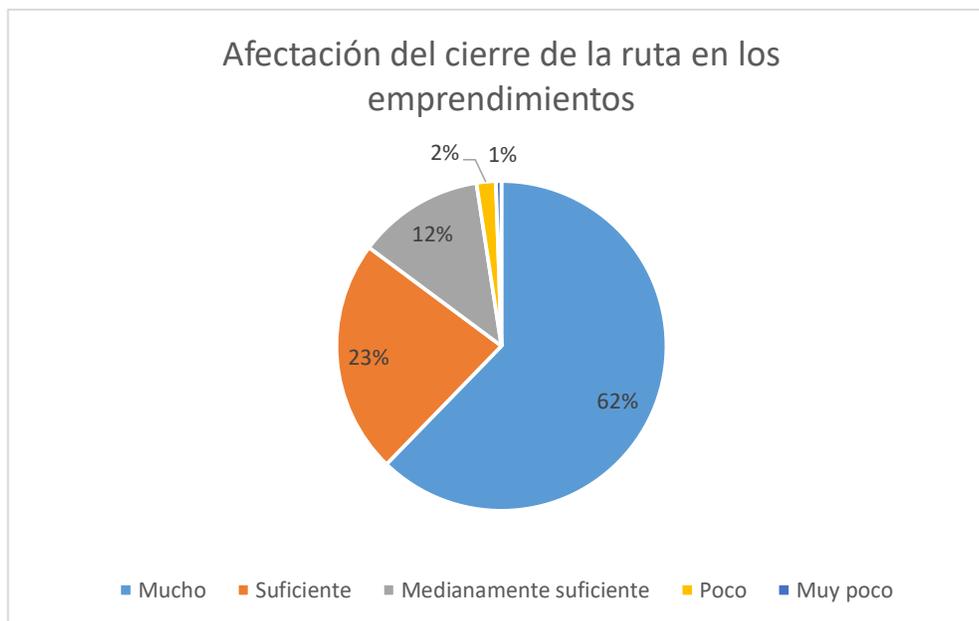
Pregunta 7. ¿Está usted de acuerdo en que los emprendimientos turísticos son de importancia para el desarrollo del turismo en la zona?



Análisis e interpretación: El 66% de los encuestados afirman que están totalmente de acuerdo en lo importante que son los emprendimientos turísticos para el desarrollo del turismo en la zona, de igual manera el 30% está de acuerdo en el grado de influencia que tienen los emprendimientos a la hora de generar turismo, en el ámbito de, ni de acuerdo, ni en desacuerdo solo un 4% duda de si es importante y con referencia al 0% no hay personas que afirmen que están en desacuerdo o totalmente desacuerdo en si los emprendimientos son de importancia en el turismo. Es por ello que, un gran porcentaje de turistas mencionan que es sumamente importante dichos emprendimientos para el desarrollo local del turismo ya que a través de estos se dinamiza la economía y el valor sociocultural que se puede llegar a obtener es considerablemente alto.

Figura 21

Pregunta 8. Según la siguiente escala de valoración, ¿Qué tanto cree usted que afectó el cierre de la ruta a los emprendimientos turísticos?



Análisis se interpretación: Del total de encuestados, el 61% afirman que el cierre de ruta Tren del Hielo 1 afectó de forma significativa a los emprendimientos turísticos, el 23% señala que el cierre tuvo suficiente afectación en los emprendimientos, con respecto al 12% mencionan que afectó el cierre de la ruta medianamente suficiente a los emprendimientos, un 2% están de acuerdo en que la incidencia que tuvo el cierre de la ruta en los emprendimientos fue poca, y finalmente el 1% menciona que muy poco fue el grado de afectación hacia los emprendimientos. Es así que, más de la mitad de los encuestados están de acuerdo con la teoría de que los emprendimientos turísticos de esa zona se vieron directamente afectados por el cierre de la ruta del Tren del Hielo I.

Figura 22

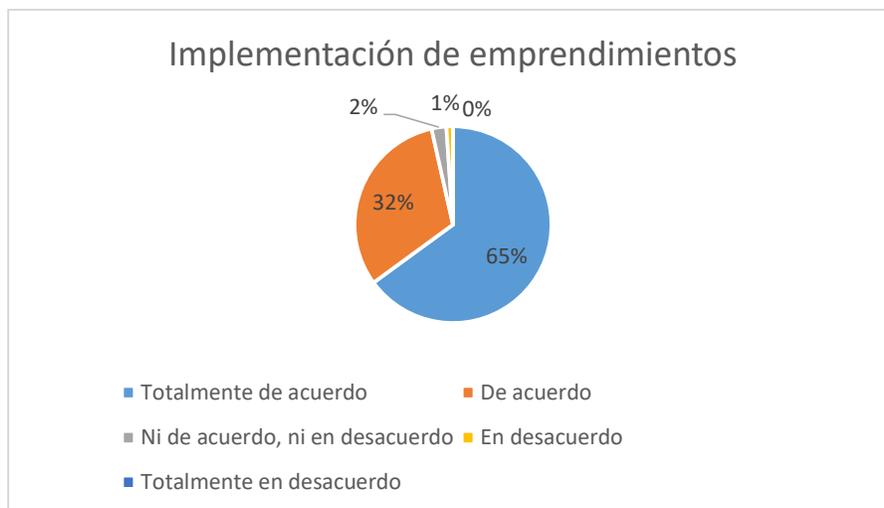
Pregunta 9. ¿Cree usted que la calidad de servicios que ofertan los emprendimientos turísticos operativos dentro de la ruta Tren del Hielo I son los adecuados?



Análisis e interpretación: El 79% de los encuestados respondieron que sí, los servicios que ofertan los emprendimientos dentro de la ruta Tren del Hielo I son los adecuados y de calidad, por otro lado, el 21% respondió que los servicios no son los adecuados y que deberían mejorar. Por consiguiente, la gran mayoría de los encuestados están de acuerdo en que los servicios que ofertan los emprendimientos turísticos en la zona de la ruta Tren del Hielo I son de calidad.

Figura 23

Pregunta 10. ¿Está usted de acuerdo con la implementación de más emprendimientos turísticos en la zona para satisfacer las necesidades de los visitantes?



Análisis e interpretación: Del total de encuestados, el 65% está totalmente de acuerdo que en la zona de estudio para suplir con las necesidades de los visitantes se debe implementar más emprendimientos turísticos, el 32% está de acuerdo en que mientras más emprendimientos mejor será la estadía de los visitantes, el 2% tomó la postura de ni de acuerdo, ni en desacuerdo, el 1% está en desacuerdo en que para mejorar las necesidades de los turista se necesita de la implementación de más emprendimientos, y finalmente, no existen personas que estén en total desacuerdo en la implementación de más emprendimientos en la ruta del Tren del Hielo I. Por consiguiente, más de la mitad de los encuestados están de acuerdo con que exista una mayor oferta en cuanto a emprendimientos turísticos se refiere.

Además, en base a la metodología se generó una entrevista que fue aplicada a cinco expertos conocedores de los emprendimientos turísticos que se desarrollaban en función a la ruta Tren del Hielo I, por tanto, dicho cuestionario está constituido por 2 elementos de análisis con el objeto de conocer el grado de influencia que tuvo el cierre de la ruta en los emprendimientos turísticos, como se muestra a continuación:

- a. **Datos Generales:** Se especifican datos como el nombre, edad, profesión y cargo de las personas entrevistadas, quienes proporcionaron información importante, para posteriormente generar el análisis de las respuestas adquiridas, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 14

Datos generales de los entrevistados

Nombre	Edad	Profesión	Cargo
Paulina	37 años	Lic. Administración	Especialista en Desarrollo Turístico
Ávalos		Turística Sostenible	Zonal
Juan Píntag	43 años	Pintor – Escritor	Presidente de la Plaza Artesanal del Tren Riobamba
Ángela	53 años	Ing. Administración	Gerente propietaria
Moscoso		de Empresas	
Xavier	35 años	Ing. Ecoturismo	Especialista en Desarrollo Turístico
Quishpe			de la Prefectura de Riobamba
Carmen	38 años	Empresaria	Gerente propietaria
Guzmán			

- b. **Desarrollo de la entrevista:** La entrevista fue aplicada a diferentes expertos relacionados directamente con la ruta del Tren del Hielo I, consta de 6 preguntas con el objeto de conocer los puntos de vista de cada uno de los entrevistados sobre el grado de influencia que tuvo la ruta antes y después de su respectivo cierre en los emprendimientos turísticos, cuyos resultados se analizan a continuación:

Tabla 15

Entrevista

Pregunta 1: ¿Cree usted que la creación de la ruta Tren del Hielo I benefició al desarrollo de las zonas aledañas a la misma?	
Entrevistado	Respuesta
Paulina Ávalos	Definitivamente la creación de la ruta contribuyó al desarrollo de todas las localidades adyacentes a la misma, esto se evidencia en la economía territorial que se produjo junto con el aumento de la calidad de vida de las personas ubicadas en las zonas aledañas a la ruta.
Juan Píntag	La creación de la ruta Tren del Hielo I ayudó al desarrollo de las zonas aledañas a esta, gracias a que, la llegada de turistas aumentó y por ende la economía de estos lugares mejoró considerablemente.
Ángela Moscoso	El beneficio que se obtuvo al crear la ruta fue notorio, ya que, se fortaleció el turismo comunitario y nacieron nuevos emprendimientos turísticos que se consolidaron con el tiempo.
Xavier Quishpe	A nivel general si existió un beneficio ya que las zonas aledañas a la ruta crecieron a nivel de infraestructura y economía.
Carmen Guzmán	La creación de la ruta del Tren del Hielo I benefició al desarrollo económico de las zonas aledañas a través de la creación de empleo y la mejora de la infraestructura del lugar.
Pregunta 2: ¿Cuántos turistas aproximadamente recibían mensualmente antes del cierre de la ruta Tren del Hielo I?	

Entrevistado	Respuesta
Paulina Ávalos	Aproximadamente la ruta turística Tren del Hielo I recibía entre 800 y 900 turistas entre nacionales y extranjeros.
Juan Píntag	En años anteriores al cierre se tuvo un aproximado de 850 turistas mensuales que llegaron a la estación de Riobamba para realizar la ruta Tren del Hielo I.
Ángela Moscoso	Por lo general la ruta Tren del Hielo I recibía un promedio de 750 turistas al mes, sin embargo, el número de visitantes aumentaba en los días de feriado.
Xavier Quishpe	Antes del cierre de la ruta del Tren del Hielo I llegaban a la misma aproximadamente 800 turistas al mes.
Carmen Guzmán	Al ser una ruta turística de importancia en su momento, aproximadamente llegaban entre 700 y 800 turistas por mes.
Pregunta 3:	Tras el cierre de la ruta Tren del Hielo I ¿de qué manera afectó este hecho a los emprendimientos turísticos?
Paulina Ávalos	Luego del cierre de la ruta, algunos emprendimientos turísticos que se encontraban junto a la misa empezaron a cerrar, como resultado de la disminución de la demanda de los productos y servicios que ofertaban.
Juan Píntag	El cierre de varios emprendimientos turísticos fue inminente, ya que, el número de turistas nacionales y extranjeros que llegaban a la zona disminuyó.
Ángela Moscoso	Debido a que el aspecto económico dependía de los turistas que llegaban, los emprendimientos turísticos optaron por cerrar

	ya que para sus propietarios no era rentable mantenerlos activos.
--	---

Xavier Quishpe	Principalmente afectó en el cierre de una gran cantidad de emprendimientos turísticos ya que, al no llegar turistas a la zona con la misma afluencia previo al cierre de la ruta, la economía cayó y por ende no era rentable mantener los negocios abiertos.
-----------------------	---

Carmen Guzmán	No cabe duda que el cierre de la ruta hizo que muchos emprendimientos turísticos quebraran, esto debido a la poca afluencia de turistas.
----------------------	--

Pregunta 4:	¿Qué acciones se han tomado en pro de los emprendimientos turísticos luego del cierre de la ruta Tren del Hielo I?
--------------------	--

Paulina Ávalos	Entre las acciones que se han tomado se encuentra principalmente la diversificación de su segmento (emprendimientos turísticos) y el giro de negocios.
-----------------------	--

Juan Píntag	Una de las acciones consideradas como positivas que se han realizado luego del cierre de la ruta, es mantener activa la plaza artesanal del tren de la estación de Riobamba.
--------------------	--

Ángela Moscoso	Tras una ardua gestión se consiguió agrupar a la agremiación artesanal ubicada en la estación de Riobamba para que la misma no cierre y siga ofertando sus productos a los turistas.
-----------------------	--

Xavier Quishpe	Por medio de las ferias turísticas se han dado paso a que los emprendimientos se promocionen en estos lugares para su reactivación.
-----------------------	---

Entrevistado	Respuesta
Carmen Guzmán	Se han abierto diferentes puntos dentro de la ciudad para que los emprendimientos turísticos se ubiquen en aquellos lugares y su promoción sea más efectiva.
Pregunta 5: ¿Conoce usted a qué actividades o proyectos turísticos está destinado el presupuesto que aporta el gobierno al desarrollo del turismo en la localidad?	
Paulina Ávalos	El presupuesto destinado por parte del gobierno para el sector turístico de la zona, es utilizado en programas de capacitación y la generación de productos y destinos turísticos sostenibles dentro de la provincia.
Juan Píntag	Se han creado varias ferias artesanales en la ciudad de Riobamba donde permiten la participación de diferentes emprendimientos turísticos.
Ángela Moscoso	El aporte económico que brinda el gobierno para el desarrollo turístico de la zona es usado en ferias de emprendimientos con el objetivo de conseguir la reactivación turística de la provincia.
Xavier Quishpe	A través de proyectos turísticos se han promocionado diversos puntos de la provincia para que la llegada de turistas sea más notoria.
Carmen Guzmán	Existen capacitaciones que se han ofertado para los emprendedores turísticos, para que de esta manera puedan ofrecer un mejor servicio al turista.
Pregunta 6: ¿Consideraría usted viable la reactivación del tren y por ende la reapertura de la ruta turística Tren del Hielo I?	

Entrevistado	Respuesta
Paulina Ávalos	En efecto, la reactivación de la ruta Tren del Hielo I permitiría fortalecer la economía en las localidades aledañas a la misma, al mismo tiempo contribuiría en mejorar la calidad de vida de las personas de la zona.
Juan Píntag	Es viable la reactivación de la ruta Tren del Hielo I ya que esta permitiría la dinamización económica del sector al igual que aumentaría la llegada de turistas nacionales y extranjeros.
Ángela Moscoso	En la actualidad, la reactivación de la ruta depende principalmente de la gestión que haga la entidad privada para conseguir su reapertura, sin embargo, el impacto que se obtendría si se lo consiguiera sería positivo, por lo cual, se podría considerar como un proyecto viable.
Xavier Quishpe	Su reactivación podría ser viable debido a que es una ruta turística con un gran potencial gracias a la belleza natural del lugar, esto atraería nuevamente a un gran número de turistas interesados en conocer la zona.
Carmen Guzmán	La reactivación del Tren del Hielo I podría no ser viable debido a que puede existir un daño ambiental ya que la ruta atraviesa áreas naturales sensibles y su reactivación podría tener un impacto negativo en el ecosistema.

Nota. Respuestas de los entrevistados sobre la ruta Tren del Hielo I y sus emprendimientos.

Análisis e interpretación: En base a la respuesta de los 5 expertos entrevistados se pudo determinar que la creación de la ruta Tren del Hielo I generó que una gran cantidad de

turistas visiten esta zona, en especial la estación de Riobamba, Urbina y La Moya; de tal manera que, incluso los emprendedores localizados en la plaza artesanal en Riobamba señalan que en su inicio la ruta recibía en promedio 200 turistas semanales, lo cual benefició al nacimiento de nuevos emprendimientos turísticos que con el paso del tiempo se fueron consolidando, esto gracias a que esta ruta estuvo relacionada en gran parte con comunidades indígenas del sector, así mismo, se enfocaron en fortalecer el turismo comunitario el cual generó un desarrollo turístico y económico en las localidades aledañas a la ruta.

Por otro lado, los entrevistados mencionan que con la ruta en su pleno desarrollo y antes del cierre de la empresa Ferrocarriles de Ecuador en 2020 por el Decreto Ejecutivo N°1057, generaba una afluencia de 800 turistas al mes aproximadamente, sin embargo, cabe señalar que en los días feriados existía una demanda superior a la que podía suplir el tren, por lo que muchos visitantes se quedaban sin poder disfrutar de este recorrido.

Si bien es cierto, todos los implicados en la entrevista afirman que el cierre de la ruta afectó a los emprendimientos turísticos que se habían generado alrededor de la misma, esto debido a que la disminución de turistas causó un declive en la demanda de los servicios y productos que se ofertaban, por ende, la rentabilidad que obtenían era negativa, lo que los llevó a su cierre definitivo, así mismo, un punto fundamental que afectó a los emprendimientos fue la pandemia, ya que en el país se tomaron medidas restrictivas con respecto a la entrada de turistas afectando directamente a la dinamización económica de esta zona, de la misma forma, a través del estudio de campo se pudo evidenciar como varios locales se encontraban cerrados y muchos de ellos con deudas aun por pagar.

Por consiguiente, el gobierno en la actualidad para apoyar a los emprendedores turísticos que aún se mantienen activos, ha generado ferias artesanales para que estos puedan participar y así lograr su reactivación, de igual manera, se crearon programas de capacitación en turismo para que el servicio que las personas brinden sea de calidad, así mismo, se busca reactivar la ruta Tren del Hielo I a través de una correcta gestión pública-privada, de esta forma

se dinamizará la economía a la par que mejorará la calidad de vida de las personas que habitan dentro de la zona gracias a la llegada masiva de turistas nacionales e internacionales.

Tendencias del producto

Desde la inauguración de la ruta Tren del Hielo I en el año 2012, esta tuvo una gran acogida por parte de los turistas e inclusive de varias comunidades ya que a través de los diferentes emprendimientos turísticos que se crearon se logró obtener un beneficio para toda la zona, esto gracias a que el ingreso económico que se generó provenía directamente del turismo.

Por lo tanto, se creó la plaza artesanal en la estación de Riobamba para que personas con emprendimientos pequeños brinden sus productos y servicios (artesanías, pinturas, chocolates artesanales, alimentos y bebidas) a los turistas que llegaban al lugar, por ende, no cabe duda que en sus inicios la ruta fue un éxito ya que captaba un gran número de turistas gracias a su recorrido en ferrocarril.

Por otro lado, los expertos durante la entrevista mencionaron que la Empresa Ferrocarriles Ecuador estaría a punto de ser adquirida por una empresa extranjera, sin duda esto beneficiaría a la ruta Tren del Hielo I ya que con una gestión adecuada se puede dar su reactivación y de esta manera los emprendimientos turísticos ubicados dentro de la zona se beneficiarían, esto no solo por la afluencia de turistas que se tendría, ya que también estarían regidos bajo un modelo de gestión extranjera que supondría un gran aporte para los mismos.

Ahora bien, si la reapertura de la ruta Tren del Hielo I se da con total éxito, se debería promover la recuperación de la industria turística y apoyar a los emprendimientos que fueron afectados, esto a través de la implementación de programas de ayuda financiera, promoción de destinos locales y la colaboración con actores del sector turístico de la zona para desarrollar estrategias sostenibles, así mismo, sería sumamente importante asegurar por medio de prácticas turísticas sostenibles que la reapertura de la ruta no cause daños al medio ambiente y se promueva la conservación de la biodiversidad de la zona.

Fundamentación de idea a defender

Sin duda alguna, el cierre de la ruta Tren del Hielo I afectó significativamente a los emprendimientos turísticos que se encontraban dentro de la zona, dando como resultado la pérdida de ingresos debido a que los locales experimentaron una disminución en las ventas gracias a la poca llegada de turistas, así mismo, el impacto dentro de las comunidades fue grande ya que la remuneración de los trabajadores del sector turístico bajaron junto con sectores relacionados, como la agricultura y la artesanía, de tal manera que, esto incidió directamente en la inversión económica de la zona.

Bajo este contexto, el impacto ocasionado en los emprendimientos turísticos tras el cierre de Ferrocarriles Ecuador fue grande, es así que, cerca de 120 personas fueron afectadas directamente pues dejaron de percibir cerca de \$140.000 dólares debido a que los servicios que ofertaban se encontraban vinculados con la ruta turística del tren que se ofertaba en Salinas tal como menciona Cervantes (2022).

Por otra parte, con el cierre de Ferrocarriles Ecuador en el año 2020 se generó una influencia negativa en los emprendimientos turísticos, por lo cual, Ortega & Pacha (2021) mencionan que “los ingresos en los negocios y emprendimientos turísticos han disminuido en un porcentaje de 66%, por lo que las autoridades se ven obligados a generar nuevas estrategias para contrarrestar el desempleo producido tras la paralización del ferrocarril” (p.84).

En tal sentido, la situación tras el cierre de la ruta Tren del Hielo I es alarmante, esto debido a que la imagen que se proyecta en las comunidades muestra la compleja situación administrativa en las que se encuentran, es decir, existen grandes pérdidas económicas no solo para las empresas turísticas de la zona sino para todas las localidades que depende del turismo de acuerdo a lo que indica Zambrano (2021).

Por otro lado, se logró identificar que el cierre de la ruta Tren del Hielo I generó un impacto significativo en los emprendedores locales, este se vio reflejado en la venta de alimentos y souvenirs, ya que estos son productos que normalmente se venden en grandes

cantidades a los turistas que visitan la zona. Sin la presencia de turistas, los emprendedores locales que dependían de la venta de estos productos se vieron afectados provocando así el cierre de muchos negocios tal como lo menciona Rojas (2020).

Dicho de otro modo, el cierre impuesto por el Gobierno tras el Decreto Ejecutivo N° 1057 afectó directamente al patrimonio cultural de toda la zona, así mismo, los grandes perjudicados fueron los emprendimientos turísticos y negocios (restaurantes, puestos artesanales, alojamientos) ya que muchos de ellos se vieron obligados a ponerle fin a sus actividades comerciales haciendo que la economía del lugar caiga y exista un gran número de desempleados según menciona Fuentes (2021).

Definición de alternativas de solución

En este punto se realizará un análisis parcial correspondiente con ayuda de la herramienta FODA para conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la ruta Tren del Hielo I y de los emprendimientos turísticos que se encuentran alrededor de la misma para posterior a ello, realizar el direccionamiento estratégico ponderando cada uno de los elementos de la matriz FODA y así generar estrategias con los elementos internos y externos más relevantes de la ruta, de tal manera que, se genere la proyección y despliegue de proyectos que mantengan competitivos a los emprendimientos aun activos

Análisis FODA

Para Ayres et al., (2015) “el análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas” (p.18). De tal forma, este estudio permite tomar decisiones eficientes para una empresa orientadas principalmente al análisis y resolución de problemas a través de definir y examinar las debilidades como las fortalezas de una organización y por el ámbito externo el análisis de las

Oportunidades (aprovechadas y las no aprovechadas) y Amenazas encontradas, permitiendo competir a una organización en el mercado (Riquelme, 2016).

En tal sentido, se realizó una matriz FODA en base al análisis de la ruta del Tren del Hielo I y su incidencia en los emprendimientos turísticos (ver tabla 16), en la que se presentan las Fortalezas y Debilidades como componentes internos de la ruta, los cuales se puede mejorar o cambiar dependiendo el grado de control que se tenga, por otro lado, como componentes externos están las Oportunidades y Amenazas, en las cuales no se puede controlar sus acciones y mucho menos modificarlas.

Tabla 16

Matriz de resumen – Síntesis FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • F1 Población involucrada en el turismo • F2 Infraestructura ya existente • F3 Producto innovador • F4 Comunidades indígenas involucradas directamente con la ruta • F5 Fuente generadora de empleos directos e indirectos • F6 Genera emociones y sensaciones únicas en los visitantes • F7 Emprendedores dispuestos a reactivar la ruta 	<ul style="list-style-type: none"> • D1 Costo elevado para el mantenimiento del tren • D2 Salarios demasiado altos para los empleados de la ruta • D3 Rieles y vía en mal estado • D4 Precio del producto demasiado costoso • D5 Falta de promoción turística de la ruta • D6 Falta de instituciones financieras • D7 Dependencia absoluta del gobierno

<ul style="list-style-type: none"> • F8 Apoyo del GAD en ferias para promocionar el turismo en la localidad • F9 Programas de capacitación y generación de productos turísticos sostenibles • F10 Dinamización económica en el sector turístico 	<ul style="list-style-type: none"> • D8 Producto utilizado específicamente solo para el turismo • D9 Modelo de gestión poco viable • D10 El ferrocarril es el único medio de conexión de la ruta • D11 Poca afluencia de turistas en la ruta
---	--

Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • O1 Turismo como fuente de ingreso • O2 Interés por parte de las comunidades para integrarse en la actividad turística • O3 Creación de nuevos emprendimientos • O4 Gran interés por parte de turistas extranjeros en el turismo comunitario • O5 Reactivación del turismo post COVID 19 • O6 Ofertas extranjeras para reactivar la ruta 	<ul style="list-style-type: none"> • A1 Decreto nacional N° 1057 • A2 Competencia directa por parte de la Ruta Tren del hielo 2 • A3 Aislamiento mundial por pandemia del COVID 19 • A4 Crisis económica mundial por el COVID 19 • A5 Poca demanda por parte de turistas nacionales y extranjeros • A6 Aumento de la inseguridad en el país • A7 Aumento de precio en la gasolina

-
- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • O7 Expectativas altas por parte de los turistas • O8 Generación de divisas y dinamización de los recursos por parte del turismo • O9 Proyectos de inversión privada en ámbitos turísticos que benefician a la población local • O10 Se promueve la participación de la comunidad local para la promoción de los atractivos turísticos | <ul style="list-style-type: none"> • A8 Desinterés en la atención y cuidado por del gobierno ecuatoriano a Trenes Ecuador • A9 Postergación de la reactivación del sistema ferroviario para el transporte de turistas • A10 Robo de elementos ferroviarios, durmientes de madera en mal estado, así como pésima conservación actual en la infraestructura ferroviaria nacional. |
|--|---|
-

Nota. Matriz FODA de la ruta turística Tren del Hielo I y sus emprendimientos.

Bajo este contexto, la matriz FODA recopila las diferentes características identificadas a lo largo del análisis de la evaluación de la ruta turística Tren del Hielo I y su incidencia en los emprendimientos turísticos, mismas que son clasificadas adecuadamente como fortalezas y debilidades internas, y oportunidades y amenazas externas del proyecto.

Direccionamiento estratégico

Según Aguilera (2010 como se citó en Camacho, 2002) el direccionamiento estratégico “es un enfoque gerencial que permite a la alta dirección determinar un rumbo claro, y promover las actividades necesarias para que toda la organización trabaje en la misma dirección”. (p.88).

Por su parte, se hace uso de la herramienta FODA para realizar un análisis por medio de las distintas matrices (acción y síntesis estratégica), en las cuales se recopila la información

y resultados obtenidos para la generación de estrategias, según se indican en los siguientes lineamientos:

- a. Matrices de acción estratégica:** Se emplea la herramienta FODA para analizar a través de la matriz de acción estratégica la valoración en cuanto a las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene la ruta Tren del Hielo I, generando una puntuación de los factores internos y externos de la misma realizando una comparación donde se analiza las áreas ofensivas, que ayudan a identificar las fortalezas que posee la ruta aprovechando las oportunidades (ver tabla 17). Por tanto, se identifica la defensa estratégica que combina debilidades y amenazas, donde se encuentra la dificultad para contrarrestar las amenazas (ver tabla 18). De igual manera, se valora las áreas de respuesta estratégica que combina las fortalezas y amenazas buscando factores fuertes para trabajar en las amenazas (ver tabla 19), por último, se desarrolla una matriz de áreas de mejoramiento estratégico que incluye debilidades y oportunidades, buscando así los puntos débiles que deben eliminarse y ejercer las oportunidades (ver tabla 20)

Tabla 17

Matriz de acción FO

PONDERACIÓN											
ALTA: 3	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	O8	O9	O10	TOTAL
MEDIA: 2											
BAJA: 1											
F1	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	28
F2	2	2	1	3	3	2	2	3	3	1	22
F3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	25
F4	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	25
F5	3	3	2	2	3	3	1	3	3	2	25

PONDERACIÓN											
ALTA: 3	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	O8	O9	O10	TOTAL
MEDIA: 2											
BAJA: 1											
F6	2	2	1	3	1	2	3	2	2	2	20
F7	3	3	2	2	3	1	2	2	3	2	23
F8	2	2	1	2	2	1	2	2	2	3	19
F9	2	3	3	1	3	1	2	3	3	2	23
F10	3	3	2	1	3	3	1	3	3	2	24
TOTAL	25	27	19	23	26	20	19	26	27	22	234

Nota. La tabla representa la matriz de acción FO.

Radio Balance Fuerza (RBF)= Valor de la matriz / NF*NC*Ponderación alta

$$\text{RBF (FO)} = 234 / (10 \cdot 10 \cdot 3)$$

$$\text{RBF (FO)} = 234 / 300$$

$$\text{RBF (FO)} = 0,78 \cdot 100 = 78\%$$

De esta manera, la matriz de acción FO permite conocer las fortalezas y oportunidades procedentes de la matriz de ponderación de impactos que la antecede, en la cual se destacan cuatro fortalezas (F1, F3, F4 y F5) y cinco oportunidades (O1, O2, O6, O8 y O10), por ende, al hacer uso de la fórmula del radio de balance se puede determinar un escenario propicio para el desarrollo del turismo en las localidades aledañas a la ruta del Tren del Hielo I.

Tabla 18

Matriz de acción DA

PONDERACIÓN											
ALTA: 3	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	TOTAL
MEDIA: 2											
BAJA: 1											
D1	3	1	3	3	3	1	3	3	3	3	26
D2	2	1	3	3	3	1	3	2	1	1	20
D3	2	1	2	2	2	2	1	3	3	3	21
D4	1	2	3	2	2	1	2	1	1	1	16
D5	1	2	1	1	3	1	1	3	2	1	16
D6	3	1	2	2	2	1	2	2	3	1	19
D7	3	1	1	1	2	3	2	3	3	3	22
D8	3	2	1	1	2	1	2	2	3	1	18
D9	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	13
D10	3	3	2	2	2	1	1	3	3	2	22
D11	2	2	3	3	3	1	1	2	2	2	21
TOTAL	25	17	22	21	25	14	19	26	26	19	214

Nota. La tabla representa la matriz de acción DA.

Radio Balance Fuerza (RBF)= Valor de la matriz / NF*NC*Ponderación alta

$$\text{RBF (DA)} = 214 / (11 \cdot 10 \cdot 3)$$

$$\text{RBF (DA)} = 214 / 330$$

$$\text{RBF (DA)} = 0,64 \cdot 100 = 64.84\%$$

La matriz de acción DA representa las debilidades y amenazas procedentes de la matriz de ponderación de impactos que la antecede, en donde se evidencia tres debilidades (D1, D7 y

D10) y cuatro amenazas (A1, A5, A8 y A9), las cuales de acuerdo al radio de balance generan una posición desfavorable para el desarrollo de la actividad turística en la ruta Tren del Hielo I.

Tabla 19

Matriz de acción FA

PONDERACIÓN											
ALTA: 3	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	TOTAL
MEDIA: 2											
BAJA: 1											
F1	3	1	2	2	3	1	1	3	3	2	21
F2	1	2	2	2	3	1	1	2	2	1	17
F3	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	14
F4	3	2	3	3	3	1	1	3	3	2	24
F5	3	1	3	3	3	1	1	3	3	1	22
F6	1	3	1	1	3	2	1	2	2	2	18
F7	3	2	1	1	2	1	2	3	3	3	21
F8	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	14
F9	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	15
F10	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1	16
TOTAL	19	18	17	17	25	11	12	24	24	15	182

Nota. La tabla representa la matriz de acción FA.

Radio Balance Fuerza (RBF)= Valor de la matriz / NF*NC*Ponderación alta

$$\text{RBF (FA)} = 182 / (10 \cdot 10 \cdot 3)$$

$$\text{RBF (FA)} = 182/300$$

$$\text{RBF (FA)} = 0,60 \cdot 100 = 60,66\%$$

De esta manera, La matriz de acción FA representa las fortalezas y amenazas procedentes de la matriz de ponderación de impactos que la antecede, donde sobresalen

cuatro fortalezas (F1, F4, F5 y F7) y tres amenazas (A5, A8 y A9), por lo cual, al hacer uso de la fórmula del radio de balance se puede aprovechar de las fortalezas de la ruta para disminuir el impacto generado por las amenazas en la misma.

Tabla 20

Matriz de acción DO

PONDERACIÓN											
ALTA: 3	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	O8	O9	O10	TOTAL
MEDIA: 2											
BAJA: 1											
D1	2	2	1	2	2	3	2	2	3	1	20
D2	2	1	1	2	3	3	1	2	3	1	19
D3	1	2	1	1	2	3	1	2	3	2	18
D4	3	2	1	2	2	1	2	2	2	1	18
D5	1	3	1	2	2	3	1	1	2	3	19
D6	2	2	2	1	2	3	1	2	3	1	19
D7	2	1	3	2	3	3	1	2	2	2	21
D8	3	3	3	2	2	2	1	2	2	1	21
D9	1	3	2	1	2	3	1	2	3	1	19
D10	2	2	3	2	2	3	1	2	3	3	23
D11	1	2	3	3	2	3	2	2	3	3	24
TOTAL	20	23	21	20	24	30	14	21	29	19	221

Nota. La tabla representa la matriz de acción DO.

Radio Balance Fuerza (RBF)= Valor de la matriz / NF*NC*Ponderación alta

$$\text{RBF (DO)} = 221 / (11 \cdot 10 \cdot 3)$$

$$\text{RBF (DO)} = 221 / 330$$

$$\text{RBF (DO)} = 0,66 \cdot 100 = 66.96\%$$

De esta manera, la matriz de acción DO permite conocer las fortalezas y oportunidades procedentes de la matriz de la ponderación de impactos que la antecede, en la cual se destacan cuatro debilidades (D7, D8, D10 y D11) y tres oportunidades (O5, O6 y O9), por lo cual, al hacer uso de la fórmula del radio de balance se puede determinar una posición desfavorable para el desarrollo turístico de la ruta Tren del Hielo I, las cuales a corto o largo plazo deberán convertirse en oportunidades para el beneficio de la ruta.

En este sentido, se tuvo como resultado que la matriz FO tiene un radio de balance de fuerza del 78%, seguido de la matriz DA con 64,84%, así mismo la matriz FA con el 60.66%, y finalmente la matriz DO con el 66,96%, dichos porcentajes indican el grado de importancia para planificar y ejecutar estrategias a corto y largo plazo para mejorar el turismo en la Ruta Tren del Hielo I (ver tabla 21).

Tabla 21

Ratio de balance de fuerza

RATIO DE BALANCE DE FUERZA		
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FORTALEZAS	FO	FA
	78%	60,66%
DEBILIDADES	DO	DA
	66,96%	64,84%

Nota. La tabla representa el ratio de balance de fuerza.

Así mismo, al culminar el análisis se logró comparar las diferentes correlaciones del FODA, en este caso se pudo conocer el mayor balance de fuerza se encuentra en la matriz de acción FO con el 78%, lo que significa que hay puntos fuertes que permiten generar estrategias en pro del desarrollo turístico de la ruta Tren del Hielo I, en base a los resultados obtenidos en la siguiente tabla se indican las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relevantes.

Tabla 22*Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relevantes*

FORTALEZAS RELEVANTES
F1: Población involucrada en el turismo
F3: Producto innovador
F4: Comunidades indígenas involucradas directamente con la ruta
F5: Fuente generadora de empleos directos e indirectos
F7: Emprendedores dispuestos a reactivar la ruta
DEBILIDADES RELEVANTES
D1: Costo elevado para el mantenimiento del tren
D7: Dependencia absoluta del gobierno
D8: Producto utilizado específicamente solo para el turismo
D10: El ferrocarril es el único medio de conexión de la ruta
D11: Poca afluencia de turistas en la ruta
OPORTUNIDADES RELEVANTES
O1: Turismo como fuente de ingreso
O2: Interés por parte de las comunidades para integrarse en la actividad turística
O5: Reactivación del turismo post COVID 19
O6: Ofertas extranjeras para reactivar la ruta
O8: Generación de divisas y dinamización de los recursos por parte del turismo
O9: Proyectos de inversión privada en ámbitos turísticos que benefician a la población local
AMENAZAS RELEVANTES
A1: Decreto nacional N° 1057
A5: Poca demanda por parte de turistas nacionales y extranjeros

AMENAZAS RELEVANTES

A8: Desinterés en la atención y cuidado por del gobierno ecuatoriano a Trenes Ecuador

A9: Postergación de la reactivación del sistema ferroviario para el transporte de turistas

Nota. La tabla representa las fortalezas, debilidades, oportunidades, y amenazas relevantes.

Teniendo en cuenta los aspectos analizados con anterioridad en cuanto a la evaluación de impactos y el porcentaje de la matriz de acción en relación a los factores internos y externos, se determinaron las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades relevantes, con las cuales se elabora la matriz de síntesis estratégica.

b. *Matriz de síntesis estratégica:* esta matriz (ver tabla 23) es considerada como aquel instrumento que permite identificar los 4 tipos de acciones principales. Las acciones estratégicas de FO se basan en el aprovechamiento interno de la infraestructura de la ruta Tren del Hielo I, aspectos productivos, económicos y socioculturales, con el objetivo de poner a aprovechar las oportunidades externas que se presentan.

Las acciones estratégicas DO, permiten aprovechar las oportunidades mejorando las debilidades expuestas. Las acciones estratégicas FA, se valen de las fortalezas presentadas para así lograr disminuir el impacto que generan las amenazas. Las acciones estratégicas DA, son usadas para combatir las amenazas cuando el sector turístico de la ruta no posee las fortalezas necesarias y pretenden disminuir las debilidades.

Tabla 23

Matriz de síntesis estratégica

		OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
		O1	Turismo como fuente de ingreso	A1	Decreto nacional N° 1057
		O2	Interés por parte de las comunidades para integrarse en la actividad turística	A5	Poca demanda por parte de turistas nacionales y extranjeros
		O5	Reactivación del turismo post COVID 19	A8	Desinterés en la atención y cuidado por parte del gobierno ecuatoriano a Trenes Ecuador
		O6	Ofertas extranjeras para reactivar la ruta	A9	Postergación de la reactivación del sistema ferroviario para el transporte de turistas
		O8	Generación de divisas y dinamización de los recursos por parte del turismo		
		O9	Proyectos de inversión privada en ámbitos turísticos que benefician a la población local		
FORTALEZAS		FO		FA	
F1	Población involucrada en el turismo	E1	F1, F4, O1: Incentivar a la población a desarrollar productos turísticos dentro de la ruta	E10	F1, F4, F7, A1: Gestionar actividades turísticas en las que se integren los involucrados de la ruta
F3	Producto innovador	E2	F4, F3, F5, O2: Desarrollar un plan turístico para fortalecer el turismo comunitario	E11	F4, F7, A5: Desarrollar un plan para la mejora del servicio turístico dentro de la ruta
F4	Comunidades indígenas involucradas directamente con la ruta	E3	F3, F5, F7, O6, O9: Trabajar con emprendedores locales para ofrecer atractivas opciones de turismo en la zona.	E12	F3, F5, F7, A8, A9: Diseñar alianzas entre los involucrados en donde un % de los ingresos del turismo sean destinados a reactivar la ruta
F5	Fuente generadora de empleos directos e indirectos	E4	F4, F7, O5, O9: Impulsar el desarrollo de actividades recreativas turísticas		
F7	Emprendedores dispuestos a reactivar la ruta	E5	F1, F5, F3, O8, O1: Generar un plan de capacitación enfocado a los emprendimientos turísticos de la ruta		
DEBILIDADES		DO		DA	

D1	Costo elevado para el mantenimiento del tren	E6	D1, O1, O6: Gestionar opciones de patrocinio y publicidad para generar ingresos adicionales.	E13	D7, D8, D1: Reorganizar la ruta del tren
D7	Dependencia absoluta del gobierno	E7	D7, D8, O2, O9: Diversificar las fuentes de financiamiento para reducir la dependencia absoluta del gobierno.	E14	D10, D11, A5: Desarrollar paquetes turísticos a precios accesibles
D8	Producto utilizado específicamente solo para el turismo	E8	D10, O2, O8, O9: Diseñar un proyecto de transporte turístico alternativo	E15	D1, A8: Promover la importancia de Trenes Ecuador
D10	El ferrocarril es el único medio de conexión de la ruta	E9	D11, O5, O6: Elaborar un programa de marketing a nivel nacional e internacional	E16	D1, D7, A9: Promover el turismo ferroviario
D11	Poca afluencia de turistas en la ruta				

Nota. La tabla representa la matriz de síntesis estratégica.

Proyección estratégica

Para Maldonado (2005) la proyección estratégica “define los resultados concretos esperados y programa las metas que quiere alcanzar en el período considerado, fijando indicadores cuantificados para monitorear periódicamente su desempeño” (p.18), es así que, a través de tablas y el análisis correspondiente se establecen las metas y proyectos a desarrollar, para lo cual se desarrollan los siguientes pasos:

- a. **Planificación de proyectos:** En este apartado se crea una tabla en la que se identifican los diferentes proyectos en relación con las tres dimensiones en las que se ha trabajado a lo largo del estudio, para asígnale un proyecto a cada uno de los objetivos estratégicos planteados.

Tabla 24

Planificación de proyectos

Dimensión	Objetivo estratégico	Proyectos
Social	Incentivar a la población a desarrollar productos turísticos dentro de la ruta	Desarrollo de productos turísticos locales
	Generar un plan de capacitación enfocado en emprendimientos turísticos	Capacitación para empresarios turísticos
	Gestionar actividades turísticas en las que se integren los involucrados en la ruta	Programa de inclusión para la comunidad
	Promover la importancia de Trenes Ecuador	Promoción de Trenes Ecuador
	Desarrollar un plan turístico para fortalecer el turismo comunitario	Programa de desarrollo estratégico turístico

Dimensión	Objetivo estratégico	Proyectos
Turística	Trabajar con emprendedores locales para ofrecer atractivas opciones de turismo en la zona.	Programa de apoyo al emprendimiento turístico local
	Impulsar el desarrollo de actividades recreativas turísticas	Proyecto de desarrollo de actividades recreativas turísticas
	Desarrollar un plan para la mejora del servicio turístico dentro de la ruta	Proyecto de mejora de la calidad del servicio
	Diseñar un proyecto de transporte turístico alternativo	Proyecto de transporte turístico sostenible
	Elaborar un programa de marketing a nivel nacional e internacional	Plan de marketing para emprendimientos
	Reorganizar la ruta del tren	Proyecto de reorganización turística
	Desarrollar paquetes turísticos a precios accesibles	Innovación turística
	Promover el turismo ferroviario	Promoción del turismo ferroviario
Económica	Diseñar alianzas entre los involucrados en donde un % de los ingresos del turismo sean destinados a reactivar la ruta	Proyecto de alianzas para la reactivación turística
	Buscar opciones de patrocinio y publicidad para generar ingresos adicionales.	Patrocinio y publicidad turística

Dimensión	Objetivo estratégico	Proyectos
	Diversificar las fuentes de financiamiento para reducir la dependencia absoluta del gobierno.	Proyecto de diversificación de fuentes de financiamiento turístico

- b. Priorización de proyectos:** Luego de asignar un proyecto a cada objetivo estratégico, se determina la prioridad de cada uno. En primer lugar, se asigna un peso a cada objetivo, teniendo en cuenta que la suma total debe ser igual a 100%. Luego, se evalúa el impacto del proyecto en el objetivo estratégico utilizando una escala de 9 a 0. Posterior a ello, cada objetivo se multiplica con el valor del impacto para poder establecer la prioridad del proyecto.

Tabla 25

Matriz de priorización de proyectos

Ruta Tren del Hielo I																		
Dimensión	Valor de impacto: Fuerte (9) Moderado (6) Débil (3) Ninguno (0)	Proyectos	Desarrollo de productos turísticos locales	Capacitación para empresarios turísticos	Programa de inclusión para la comunidad	Promoción de Trenes Ecuador	Programa de desarrollo estratégico turístico	Programa de apoyo al emprendimiento turístico	Proyecto de desarrollo de actividades recreativas	Proyecto de mejora de la calidad del servicio	Proyecto de transporte turístico sostenible	Plan de marketing para emprendimientos	Proyecto de reorganización turística	Innovación turística	Promoción del turismo ferroviario	Proyecto de alianzas para la reactivación turística	Patrocinio y publicidad turística	Proyecto de diversificación de fuentes de financiamiento turístico
	Objetivos estratégicos	Peso	P1.	P2.	P3.	P4.	P5.	P6.	P7.	P8.	P9	P10.	P11.	P12.	P13.	P14.	P15.	P16.
Social	Incentivar a la población a desarrollar productos turísticos dentro de la ruta	6,25%	9	3	3	0	0	3	6	3	3	3	0	6	0	3	6	6
	Generar un plan de capacitación enfocado en emprendimientos turísticos	6,25%	6	9	3	0	3	3	3	6	3	6	0	0	0	0	3	0
	Gestionar actividades turísticas en las que se integren los involucrados en la ruta	6,25%	3	6	6	0	6	9	3	6	6	6	3	3	3	0	3	0
	Promover la importancia de Trenes Ecuador	6,25%	3	0	3	9	3	3	0	0	0	6	6	3	9	6	3	3
	Desarrollar un plan turístico para fortalecer el turismo comunitario	6,25%	3	6	9	3	3	3	6	6	0	0	6	6	9	6	6	0

Turística	Trabajar con emprendedores locales para ofrecer atractivas opciones de turismo en la zona.	6,25%	9	6	6	3	0	6	6	6	6	6	3	3	0	3	3	3
	Impulsar el desarrollo de actividades recreativas turísticas	6,25%	6	6	6	3	3	9	6	3	6	3	0	0	3	0	6	3
	Desarrollar un plan para la mejora del servicio turístico dentro de la ruta	6,25%	3	6	3	3	6	3	6	9	0	6	3	3	0	3	3	0
	Diseñar un proyecto de transporte turístico alternativo	6,25%	0	6	3	6	3	0	0	3	3	6	3	9	3	0	3	3
	Elaborar un programa de marketing a nivel nacional e internacional	6,25%	3	6	3	6	0	3	0	0	6	9	0	3	6	0	3	0
	Reorganizar la ruta del tren	6,25%	0	0	3	6	3	0	0	3	3	9	6	0	3	3	3	3
	Desarrollar paquetes turísticos a precios accesibles	6,25%	6	0	3	3	0	6	3	0	3	6	3	3	6	0	3	0
	Promover el turismo ferroviario	6,25%	3	0	3	6	3	0	3	0	3	6	3	3	9	6	3	3
	Diseñar alianzas entre los involucrados en donde un % de los ingresos del turismo sean destinados a reactivar la ruta	6,25%	0	0	6	3	3	0	3	0	3	0	0	3	3	9	3	0
Buscar opciones de patrocinio y publicidad para generar ingresos adicionales.	6,25%	3	0	0	6	3	0	0	0	0	6	3	3	6	0	9	3	

Diversificar las fuentes de financiamiento para reducir la dependencia absoluta del gobierno.	6,25%	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	3	3	0	6	3	9
<i>Sumatoria</i>	100%	3,5	3,3	3,7	3,5	2,6	3	2,8	2,8	2,8	4,8	2,6	3,1	3,1	2,8	3,9	2,2
Priorización de proyectos		4	5	3	4	9	7	8	8	8	1	9	6	3	8	2	10

Para la creación de la matriz de priorización de proyectos se evaluaron 16 de estos, sin embargo, posterior a su análisis y desarrollo se seleccionaron los 6 niveles con más alta puntuación, que varían entre 4,8 y 3,1, como se muestra en la siguiente tabla (ver tabla 26).

Tabla 26

Proyectos priorizados

Prioridad	Proyecto
1	Plan de marketing para emprendimientos
2	Patrocinio y publicidad turística
3	Promoción del turismo ferroviario
	Programa de inclusión para la comunidad
4	Desarrollo de productos turísticos locales
	Promoción de Trenes Ecuador
5	Capacitación para empresarios turísticos
6	Innovación turística
7	Programa de apoyo al emprendimiento turístico local

- c. Despliegue de proyectos:** El despliegue de proyectos es considerado como un proceso integral que comprende todas las actividades necesarias para poder desarrollar un proyecto con éxito, este consta de 4 partes, la primera se enfoca en la información general donde se incluye la perspectiva, nombre del proyecto y el responsable, la segunda se enfoca en los objetivos a desarrollar (estratégicos y operativos), la tercera es el curso de acción que se subdivide en dos secciones, la planificación de estudio (se desarrollan las actividades a realizar para llevar a cabo el proyecto, se identifica las fechas, metas, recursos, limitaciones y presupuesto) y el seguimiento o retroalimentación (se identifican las fechas

para realizar una verificación parcial y final), finalmente, la cuarta parte son las observaciones a tomar en cuenta sobre la propuesta del proyecto que se está realizando.

En este sentido, se proporciona un desglose detallado de los diseños individuales de cada uno de los proyectos generados para mantener abiertos los emprendimientos turísticos activos de la ruta Tren del Hielo I, además, se consideran los objetivos a alcanzar, es decir, los distintos aspectos del proyecto que pueden contribuir al logro o cancelación de los mismos, de tal manera que, se puedan cumplir los objetivos que fueron planteados.

Bajo este contexto, se establecen 9 proyectos a desplegar (ver tablas 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35) con respecto a la variable dependiente e independiente, las cuales son importantes para el desarrollo y fortalecimiento de los emprendimientos turísticos en la ruta Tren del Hielo I.

Tabla 27

Presupuesto Proyecto N°10

Proyecto N°10																	
1.- INFORMACIÓN GENERAL																	
PERSPECTIVA:	Turística																
PROYECTO	Plan de marketing para emprendimientos																
RESPONSABLE	Prefectura de Chimborazo																
2.- OBJETIVOS																	
Objetivo estratégico	Elaborar un programa de marketing																
Objetivo operativo	Diseñar un plan de marketing para los emprendimientos turísticos en pro de fortalecer el turismo en la zona																
3.- CURSOS DE ACCIÓN																	
a) Planificación de estudio																	
ACTIVIDAD		2023												INDICADOR DE ÉXITO	% DE CLIENTES CLAVES		
Plan de marketing		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	METAS	RECURSOS	LIMITACIONES	PRESUPUESTO
1	Estudio de los lineamientos base de los emprendimientos													Obtención de datos		Escaza información	1.800,00
2	Determinar las potencialidades													Identificar las oportunidades de crecimiento	Recursos digitales, materiales requeridos y espacio físico	Pocos atractivos	800,00
3	Determinar el mercado objetivo													Establecer los posibles clientes		Poco interés de la demanda	450,00
4	Diseño de estrategias													Crear una campaña publicitaria efectiva		Falta de recursos	1.200,00
5	Presentación del plan													Validación del plan		Falta de organización	350,00
Fecha de Inicio		mar-23															
Fecha de Terminación		oct-23															
Unidad de medida		Porcentaje del avance del proyecto															
b) Seguimiento y Retroalimentación																	
Verificación Parcial Inicial:		mar-23															
Verificación Parcial Final:		oct-23															
4.- OBSERVACIONES																	

Tabla 28

Presupuesto Proyecto N°15

Proyecto N°15																
1.- INFORMACIÓN GENERAL																
PERSPECTIVA:	Económica															
PROYECTO	Patrocinio y publicidad turística															
RESPONSABLE	Prefectura de Chimborazo															
2.- OBJETIVOS																
Objetivo estratégico	Gestionar opciones de patrocinio y publicidad para generar ingresos adicionales															
Objetivo operativo	Establecer acuerdos de patrocinio y colaboración															
3.- CURSOS DE ACCIÓN																
a) Planificación de estudio																
ACTIVIDAD	2023												INDICADOR DE ÉXITO		% DE CLIENTES CLAVES	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	METAS	RECURSOS	LIMITACIONES	PRESUPUESTO
Plan de patrocinio y publicidad																
1													Obtener información veraz		Escaza información	600,00
2													Negociar acuerdos de patrocinio	Recursos digitales, materiales requeridos y espacio físico	Pocos contactos	900,00
3													Desarrollar y producir materiales promocionales		Poco tiempo y presupuesto	3.200,00
4													Establecer un plan de seguimiento		Recursos financieros escasos	9.000,00
Fecha de Inicio	abr-23															
Fecha de Terminación	nov-23															
Unidad de medida	Porcentaje del avance del proyecto															
b) Seguimiento y Retroalimentación																
Verificación Parcial Inicial:	abr-23															
Verificación Parcial Final:	nov-23															
4.- OBSERVACIONES																

Tabla 29

Presupuesto Proyecto N°13

Proyecto N°13																	
1.- INFORMACIÓN GENERAL																	
PERSPECTIVA:		Turística															
PROYECTO		Promoción del turismo ferroviario															
RESPONSABLE		Ministerio de Turismo															
2.- OBJETIVOS																	
Objetivo estratégico		Promover el turismo ferroviario															
Objetivo operativo		Desarrollar eventos promocionales en beneficio de los emprendimientos turísticos															
3.- CURSOS DE ACCIÓN																	
a) Planificación de estudio																	
ACTIVIDAD		2023												INDICADOR DE ÉXITO		% DE CLIENTES CLAVES	
Eventos promocionales		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	METAS	RECURSOS	LIMITACIONES	PRESUPUESTO
1	Investigar eventos relevantes													Obtener información veraz		Escaza información	400,00
2	Planificar eventos promocionales													Desarrollo de los eventos		Espacios inadecuados	800,00
3	Crear material promocional													Desarrollar material promocional atractivo	Recursos digitales, materiales requeridos y espacio físico	Falta de presupuesto	1.200,00
4	Búsqueda y coordinación con patrocinadores													Negociar y acordar términos y condiciones		Falta de tiempo	400,00
5	Evaluar y medir el impacto													Recopilar datos sobre la asistencia		Falta de herramientas para el análisis de datos	900,00
Fecha de Inicio		jun-23															
Fecha de Terminación		dic-23															
Unidad de medida		Porcentaje del avance del proyecto															
b) Seguimiento y Retroalimentación																	
Verificación Parcial Inicial:		jun-23															
Verificación Parcial Final:		dic-23															
4.- OBSERVACIONES																	

Tabla 30

Presupuesto Proyecto N°3

Proyecto N°3																	
1.- INFORMACIÓN GENERAL																	
PERSPECTIVA:		Social															
PROYECTO		Programa de inclusión para la comunidad															
RESPONSABLE		GAD Cantonal de Riobamba															
2.- OBJETIVOS																	
Objetivo estratégico		Elaborar un programa de inclusión de las comunidades en la actividad turística															
Objetivo operativo		Diseñar un programa de inclusión de las comunidades en la actividad turística con el fin de incrementar el nivel de calidad de vida															
3.- CURSOS DE ACCIÓN																	
a) Planificación de estudio																	
ACTIVIDAD		2023												INDICADOR DE ÉXITO	% DE CLIENTES CLAVES		
Programa de inclusión de las comunidades		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	METAS	RECURSOS	LIMITACIONES	PRESUPUESTO
1	Determinar las comunidades													Identificar las comunidades involucradas en la ruta		Escasas comunidades	250,00
2	Socialización de la información en las comunidades													Aceptación del proyecto	Recursos digitales, materiales requeridos y espacio físico	Rechazo del proyecto	100,00
3	Recopilar información de las personas interesadas													Obtener una base de datos		Falta de interés de los participantes	100,00
4	Diseño de actividades y tareas													Elaboración del programa		Falta de coordinación	2.000,00
5	Ejecución de informes de finalización													Conocer los resultados		Poca evidencia	100,00
Fecha de Inicio		mar-23															
Fecha de Terminación		sep-23															
Unidad de medida		Porcentaje del avance del proyecto															
b) Seguimiento y Retroalimentación																	
Verificación Parcial Inicial:		mar-23															
Verificación Parcial Final:		sep-23															
4.- OBSERVACIONES																	

Tabla 31

Presupuesto Proyecto N°1

Proyecto N°1																			
1.- INFORMACIÓN GENERAL																			
PERSPECTIVA:		Social																	
PROYECTO		Desarrollo de productos turísticos locales																	
RESPONSABLE		GAD Cantonal de Riobamba																	
2.- OBJETIVOS																			
Objetivo estratégico		Gestionar la creación de productos turísticos locales																	
Objetivo operativo		Diseñar un proyecto en el que se busque la creación de nuevos productos turísticos																	
3.- CURSOS DE ACCIÓN																			
a) Planificación de estudio																			
Desarrollo de productos turísticos	ACTIVIDAD	2023												INDICADOR DE ÉXITO		% DE CLIENTES CLAVES			
		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	METAS	RECURSOS	LIMITACIONES	PRESUPUESTO		
1	Socialización del proyecto con las comunidades															Aceptación del programa		Rechazo del proyecto	100,00
2	Análisis y segmentación de los recursos turísticos															Obtención de información		Escasez de atractivos	1.500,00
3	Propuestas de nuevos productos turísticos en la ruta Tren del Hielo I															Creación de nuevos productos	Recursos digitales, materiales requeridos y espacio físico	Proyectos poco innovadores	700,00
4	Búsqueda de financiamiento															Aprobación del financiamiento		Rechazo del financiamiento	200,00
5	Presentación del proyecto															Ajuste y aprobación del proyecto		Limitada acogida del proyecto	150,00
Fecha de Inicio		ene-23																	
Fecha de Terminación		ago-23																	
Unidad de medida		Porcentaje del avance del proyecto																	
b) Seguimiento y Retroalimentación																			
Verificación Parcial Inicial:		ene-23																	
Verificación Parcial Final:		ago-23																	
4.- OBSERVACIONES																			

Tabla 32

Presupuesto Proyecto N°4

Proyecto N°4																		
1.- INFORMACIÓN GENERAL																		
PERSPECTIVA:		Social																
PROYECTO		Promoción de Trenes Ecuador																
RESPONSABLE		Ministerio de Turismo																
2.- OBJETIVOS																		
Objetivo estratégico		Elaborar un programa de promoción turística de Trenes Ecuador																
Objetivo operativo		Diseñar y desarrollar un plan de marketing para Trenes Ecuador																
3.- CURSOS DE ACCIÓN																		
a) Planificación de estudio																		
Plan de marketing	ACTIVIDAD	2023												INDICADOR DE ÉXITO	RECURSOS	% DE CLIENTES CLAVES	PRESUPUESTO	
		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC					METAS
1	Estudio de los lineamientos base														Compilación de datos		Limitada información	2.000,00
2	Determinar las potencialidades														Identificar las oportunidades que tiene la línea ferrea	Recursos digitales, materiales requeridos y espacio físico	Insuficiencia de oportunidades de promoción	800,00
3	Determinar el mercado objetivo														Establecer los consumidores potenciales		Poco interés de la demanda	450,00
4	Diseño de estrategias de difusión														Crear una campaña promoción turística efectiva		Insuficiencia de recursos para la publicidad	1.500,00
5	Presentación del plan														Validación del programa		Mala planificación	500,00
Fecha de Inicio		mar-23																
Fecha de Terminación		dic-23																
Unidad de medida		Porcentaje del avance del proyecto																
b) Seguimiento y Retroalimentación																		
Verificación Parcial Inicial:		mar-23																
Verificación Parcial Final:		dic-23																
4.- OBSERVACIONES																		

Tabla 33

Presupuesto Proyecto N°2

Proyecto N°2																	
1.- INFORMACIÓN GENERAL																	
PERSPECTIVA:		Social															
PROYECTO		Capacitación para empresarios turísticos															
RESPONSABLE		GAD Cantonal de Riobamba															
2.- OBJETIVOS																	
Objetivo estratégico		Desarrollar un cronograma con capacitaciones para empresarios turísticos en la ruta Tren del Hielo I.															
Objetivo operativo		Elaborar capacitaciones en emprendimientos turísticos.															
3.- CURSOS DE ACCIÓN																	
a) Planificación de estudio																	
ACTIVIDAD		2023												INDICADOR DE ÉXITO		% DE CLIENTES CLAVES	
Capacitación para empresarios turísticos		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	METAS	RECURSOS	LIMITACIONES	PRESUPUESTO
1	Delimitar la localidad													Identificar un sitio apropiado		Falta de edificación	250,00
2	Planificación de las actividades													Desarrollo de la capacitación		Falta de organización	600,00
3	Elaborar un registro de participantes													Registro de asistencia	Medios tecnológicos, espacio físico y materiales necesarios.	Insuficiente apoyo	200,00
4	Desarrollo de la capacitación													Proporcionar el conocimiento		Poco interés por parte de los emprendedores	1.000,00
5	Ejecución de informes de finalización													Establecer los resultados		Limitada evidencia	100,00
Fecha de Inicio		abr-23															
Fecha de Terminación		ago-23															
Unidad de medida		Porcentaje del avance del proyecto															
b) Seguimiento y Retroalimentación																	
Verificación Parcial Inicial:		abr-23															
Verificación Parcial Final:		ago-23															
4.- OBSERVACIONES																	

Tabla 34

Presupuesto Proyecto N°12

Proyecto N°12																	
1.- INFORMACIÓN GENERAL																	
PERSPECTIVA:		Turística															
PROYECTO		Innovación turística															
RESPONSABLE		Prefectura de Chimborazo y Gad's cantonales de la zona															
2.- OBJETIVOS																	
Objetivo estratégico		Desarrollar paquetes turísticos a precios accesibles															
Objetivo operativo		Crear un proyecto con paquetes turísticos nuevos															
3.- CURSOS DE ACCIÓN																	
a) Planificación de estudio																	
ACTIVIDAD		2023												INDICADOR DE ÉXITO		% DE CLIENTES CLAVES	
Paquetes turísticos		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	METAS	RECURSOS	LIMITACIONES	PRESUPUESTO
1	Identificar las necesidades y deseos de los turistas													Obtener información veraz		Escaza información	500,00
2	Investigar la oferta turística existente en la zona													Identificar las tendencias y las oportunidades de mejora	Recursos digitales, materiales requeridos y espacio físico	Dificultad para evaluar la calidad y la satisfacción de los turistas	250,00
3	Definir la propuesta de valor													Establecer una propuesta de valor		Falta de tiempo	300,00
4	Planificación y diseño de los paquetes turísticos													Crear los paquetes turísticos		Falta de recursos humanos	600,00
5	Presentación del proyecto													Aceptación del proyecto		Rechazo del proyecto	150,00
Fecha de Inicio		feb-23															
Fecha de Terminación		dic-23															
Unidad de medida		Porcentaje del avance del proyecto															
b) Seguimiento y Retroalimentación																	
Verificación Parcial Inicial:		feb-23															
Verificación Parcial Final:		dic-23															
4.- OBSERVACIONES																	

Tabla 35

Presupuesto Proyecto N°6

Proyecto N°6																	
1.- INFORMACIÓN GENERAL																	
PERSPECTIVA:	Turística																
PROYECTO	Programa de apoyo al emprendimiento turístico local																
RESPONSABLE	Prefectura de Chimborazo																
2.- OBJETIVOS																	
Objetivo estratégico	Trabajar con emprendedores locales para ofrecer atractivas opciones de turismo en la zona																
Objetivo operativo	Establecer un programa efectivo de apoyo al emprendimiento turístico local que proporcione herramientas, recursos y capacitación a los emprendedores para mejorar y fortalecer sus negocios en el sector turístico																
3.- CURSOS DE ACCIÓN																	
a) Planificación de estudio																	
Programa de apoyo a los emprendimientos	ACTIVIDAD	2023												INDICADOR DE ÉXITO	% DE CLIENTES CLAVES		
		EN E	FE B	MA R	AB R	MA Y	JU N	JU L	AG O	SE P	OC T	NO V	DI C	METAS	RECURSOS	LIMITACIONES	PRESUPUESTO
1	Identificar a los emprendedores y evaluar sus necesidades													Obtener informaciones veras		Escaza información	500,00
2	Desarrollar un paquete de recursos y herramientas que incluya capacitación, asesoramiento y financiamiento													Investigar y seleccionar los recursos y herramientas adecuados	Recursos digitales, materiales requeridos y espacio físico	Falta de tiempo y presupuesto	1.500,00
3	Implementar y promocionar el programa a través de canales efectivos de comunicación y marketing													Combinar canales de marketing y comunicación		Falta de tiempo	300,00
4	Monitoreo y evaluación continua del programa													Seguimiento continuo del programa		Poca participación en la retroalimentación	400,00
5	Ajuste y mejora continua del programa													Analizar las retroalimentaciones y necesidades de los emprendedores		Falta de tiempo	350,00
	Fecha de Inicio	abr-23															
	Fecha de Terminación	dic-23															
	Unidad de medida	Porcentaje del avance del proyecto															
b) Seguimiento y Retroalimentación																	
	Verificación Parcial Inicial:	abr-23															
	Verificación Parcial Final:	dic-23															
4.- OBSERVACIONES																	

Conclusiones

- En esta investigación se logró obtener la información requerida para alcanzar los objetivos establecidos al inicio. Se recurrió a diversas fuentes bibliográficas y se emplearon técnicas de recopilación de datos como encuestas y entrevistas para sintetizar la información, facilitar su comprensión y realizar un análisis posterior.
- En base a los resultados obtenidos en la presente investigación, es necesario tomar medidas para mejorar la situación actual de los emprendimientos turísticos a lo largo de la ruta turística Tren del Hielo I, con el fin de fomentar su viabilidad y sostenibilidad a largo plazo. Esto incluye las inversiones en infraestructura, programas de apoyo a los emprendedores y una mayor colaboración entre los diferentes actores involucrados en el sector turístico.
- Los proyectos formulados para el desarrollo y fortalecimiento de los emprendimientos turísticos en la ruta turística Tren del Hielo I deben tener en cuenta las necesidades y expectativas de los emprendedores, así como también las preferencias y demandas de los turistas. De esta manera, se podrá garantizar el éxito de los proyectos y el desarrollo sostenible de los emprendimientos turísticos en la ruta Tren del Hielo I.
- La ruta turística Tren del Hielo I ha demostrado ser una atracción turística popular que ha tenido un impacto positivo en los emprendimientos turísticos de la zona. Sin embargo, se ha identificado la necesidad de abordar desafíos para garantizar la sostenibilidad a largo plazo del proyecto y del éxito de los emprendimientos turísticos en la zona. Es importante tomar medidas proactivas para abordar estos desafíos y asegurar el crecimiento y desarrollo sostenible del turismo en la zona.

Recomendaciones

- Se sugiere buscar más opciones de información para aquellos que investigan o planean conocer la ruta Tren del Hielo I y los emprendimientos turísticos alrededor de la misma, ya que la información es limitada en sitios web, por lo cual, es conveniente acercarse personalmente las oficinas del Municipio y la Prefectura de Riobamba para obtener datos verídicos y de igual forma visitar las paradas del tren que son la estación Riobamba, Urbina y la Moya para tener mayor alcance en la investigación.
- Es necesario que autoridades a lo largo de la ruta turística Tren del Hielo I y los encargados municipales generen alianzas entre sí, de tal forma que, se busque generar apoyo y promoción a los emprendimientos que aún se encuentran activos en esta ruta, a través de ferias turísticas, capacitaciones con el fin de reactivar la actividad turística y mantener operativos estos emprendimientos en el mercado.
- Gestionar el apoyo por parte de las autoridades pertinentes para llevar a cabo con éxito los proyectos de los emprendimientos turísticos en la ruta Tren del Hielo I, manteniéndolos competitivos y activos en el mercado para atraer nuevas inversiones relacionadas con el desarrollo del turismo, mejorando la calidad de los servicios y la sostenibilidad.
- Con el aumento de proyectos y compromiso de las autoridades se puede generar una mayor afluencia turística en esta ruta, llevando a cabo esfuerzos encaminados tanto a revitalizar los negocios que se han visto obligados a cerrar sus puertas, como a fomentar la aparición de nuevas iniciativas empresariales. De esta forma, se persigue mejorar la economía de la zona y, al mismo tiempo, elevar el nivel de bienestar de los habitantes locales, otorgándoles una calidad de vida más elevada a través del turismo.

Bibliografía

- Aguilera, A. (2010). Direccionamiento estratégico y crecimiento empresarial: algunas reflexiones en torno a su relación. *Pensamiento & gestión*(28), 85-106. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n28/n28a05.pdf>
- Altamirano, G. (2018). *Diseño de un sistema de rutas turísticas en el cantón Isabela, provincia de Galápagos [Tesis de Ingeniería. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo]*. Riobamba: DSpace ESPOCH. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/8403>
- Alvarez, N., Chinchi, E., & Guacho, J. (2016). *Representación escultórica del último hielero de Chimborazo en la estación del ferrocarril de Urbina y su impacto en el turismo de la provincia de Chimborazo durante el año 2016 [Tesis de Licenciatura. Universidad Nacional de Chimborazo]*. Riobamba: Repositorio Digital UNACH. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/3229/1/UNACH-FCEHT-TG-C.ESTETICA-2016%2000001.pdf>
- Araujo, M., Guamialamá, J., Polanco, D., Portugal, C., Salazar, D., & Valdes, M. (2019). Análisis del emprendimiento turístico en Ecuador y su impacto en la sociedad. Caso de estudio: empresas familiares en la parroquia la sociedad. Caso de estudio: empresas familiares en la parroquia de Mindo. *Revista Scielo*, 10.
- Arguello, M. (2016). *Elaboración de estrategias de mercadeo para el posicionamiento del turismo de montaña en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo [Tesis de Ingeniería. Pontificia Universidad Católica del Ecuador]*. Quito. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/13264/TESIS%20CARIDAD%20ARGUELLO%202016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arias, J., Villasís, M., & Miranda, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>

- Ayres, N., Gonzáles, S., & Sarli, R. (2015). Análisis FODA. Una herramienta necesaria. *Facultad de Odontología. UNCuyo*, 17-20. Obtenido de https://bdigital.uncuyo.edu.ar/objetos_digitales/7320/sarlirfo-912015.pdf
- Balbuena, A., Barrera, D., & Hernández, M. (2017). El impacto socio-cultural del turismo en Benalmádena. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3(1), 31-47. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5975073>
- Baquete, L., Izquierdo, A., Viteri, D., & Zambrano, S. (2020). Estrategias de Marketing. *Universidad y Sociedad*, 8.
- Benites, M. (2012). Factores Determinantes del Desarrollo Turístico del Distrito de Yura. *TURyDES*.
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación*. Colombia: Pearson. Obtenido de https://www.academia.edu/44228601/Metodologia_De_La_Investigaci%C3%B3n_Bernal_4ta_edicion
- Boullón, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. México: Trillas.
- Buenaño, J. (2020). *Análisis Geohistórico del tren turístico: Ruta del Hielo [Tesis de Licenciatura. Univerisdad Nacional de Chimborazo]*. Riobamba. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/7703/1/UNACH-EC-FCEHT-TG-C.SOCI-2021-000013.pdf>
- Buenaño, J. (2020). *Análisis geohistórico del tren turístico: Ruta del Hielo [Tesis de Licenciatura. Universidad Nacional de Chimborazo]*. Riobamba: Repositorio Digital UNACH. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/7703>
- Cabrera, S. (2011). *Análisis de Mercado para la implementación de un hotel boutique en el destino Guayaquil*. Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil-Ecuador.
- Carpio, B. (2017). *Diseño de una ruta turística para el cantón Loreto, provincia de Orellana [Tesis de Ingeniería. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo]*. Riobamba: DSpace ESPOCH . Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/7676>

- Castanier, C. (2019). Estrategias de mercado empleadas en las empresas hoteleras de primera categoría en la ciudad de Cuenca. *Tesis de Grado previa a la obtención del título de ingeniero comercial*. Universidad del Azuay, Cuenca-Ecuador.
- Castañón, V., & Valencia, A. (2016). El papel del transporte en el desarrollo de la actividad turística: un análisis biométrico. *Revista Geográfica Venezolana*, 18.
- Cervantes, K. (2022). *Las causas del cierre de la ruta del Tren de la Libertad y los impactos provocados en el turismo rural de la parroquia de Salinas*. Tulcán-Ecuador: Universidad Politécnica Estatal del Carchi.
- Cevallos, M. (2012). *Turismo de Aventura para la Ruta Spondylus: Deportes Acuáticos/ Buceo y Surf [Tesis de Ingeniería. Universidad de Cuenca]*. Cuenca: Repositorio Institucional Universidad de Cuenca. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/1724>
- Charles, C., & Morcate, F. d. (2014). Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France. *Scielo*.
- Chávez, R., Espinoza, R., & Salazar, M. (2018). Turismo Rural y Emprendimientos Sociales Turísticos en el Municipio de Tomatlán Jalisco. *Turydes*, 16.
- Cornejo, A. (2010). *Reportaje promocional turístico sobre la ruta Ibarra-Salinas primer paso y Riobamba-Sibambe (Nariz del diablo) de la empresa de Ferrocarriles Ecuatorianos [Tesis de Licenciatura. Universidad Politécnica Salesiana]*. Quito: Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/2494>
- Doicela, S. (2016). *Evaluación a la estrategia comunicacional para la promoción de la Ruta Tren de la Dulzura de Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública en el período de enero a diciembre de 2015 [Tesis de Licenciatura. Universidad Central del Ecuador]*. Quito. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/7094>

Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía. (2014-2020).

Sistema de indicadores de desarrollo turístico sostenible para Andalucía. Andalucía:

Consejería de Turismo y Comercio .

Espín, W. (2011). *Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para la Ruta Turística Avenida de los*

Volcanes, Región Sierra Centro [Tesis de Ingeniería. Escuela Superior Politécnica de

Chimborazo]. Riobamba: DSpace ESPOCH. Obtenido de

<http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/768>

Espinosa, C. (2015). *Análisis de la guianza turística de ferrocarriles del Ecuador en la ruta “Tren*

de los Volcanes” para el diseño de un guión base [Tesis de Ingeniería. Pontifica

Universidad Católica del Ecuador]. Quito. Obtenido de

<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/9640>

Espinosa, R. (17 de abril de 2016). *Marketing Mix*. Obtenido de Espinosa Consultores :

file:///C:/Users/HP/Downloads/MARKETING_MIX_LAS_4PS.pdf

Fernández, G., & Ramos, A. (2005). Patrimonio Industrial y Rutas Turísticas Culturales:

Algunas Propuestas para Argentina. *Cuadernos de turismo*(15), 97-112. Obtenido de

<https://revistas.um.es/turismo/article/view/18491>

Fernández, G., Henríquez, A., & Narváez, M. (2013). Competitividad de empresas turísticas: Un

análisis desde el enfoque sistemático . *Redalyc*, 19.

Ferrales, Y., Nazareno, I., Oyarvide, H., & Roldán, A. (2016). Emprendimiento como factor del

desarrollo turístico rural sostenible. *Scielo*.

Flores, A. (2012). *Diseño de una ruta turística para el cantón Pangua, provincia de Cotopaxi*

[Tesis de Ingeniería. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo]. Riobamba: DSpace

ESPOCH. Obtenido de

<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2259/1/23T0345%20.pdf>

Fontano, F. (13 de junio de 2019). *Emprendedores turísticos y pymes*. Obtenido de Viajeros en

Ruta: <https://www.viajerosenruta.com/emprendedores-turisticos-y-pymes/>

- Fuentes, M. (2021). *Estudio de la incidencia del transporte férreo en la ruta turística "Tren del Hielo II": Post-pandemia [Tesis de Licenciatura. Universidad Técnica de Ambato]*. Ambato: Repositorio Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32413/1/FUENTES%20MARIA%20%20TESIS%20FINAL.pdf>
- Fuller, N. (2012). *Género y Turismo: Una relación Ambigua*. Obtenido de Foro Turismo Responsable : <http://encuentro.foroturismoresponsable.org/images/uploads/documents/5d01fbc643a545b3b5a65400a3b62fdbbfe256c9.pdf>
- Fuseau, J. (2013). *Estudio investigativo de la gastronomía en la ruta nariz del diablo del ferrocarril del Ecuador [Universidad Tecnológica Equinoccial]*. Quito: Repositorio Digital UTE. Obtenido de <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/11827>
- Gambarota, D., & Lorda, M. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*.
- García, J., Guerrero, J., & Jaramillo, I. (2017). *Marketing Aplicado en el Sector Empresarial*. Machala - Ecuador: UTMACH.
- García, K., & Mercado, E. (2019). De reflexión a propuesta metodológica sobre la imagen de territorios turísticos y su patrimonio. La ruta de Don Vasco. *Journal of Tourism and Heritage Research*(1), 260-272. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7400855>
- García, Y., & García, E. (2021). Emprendimientos turísticos sustentables: Una revisión de la literatura. *Ciencia Latina Revista Multidisciplinaria* , 13.
- Garmedia, J., Montañés, J., Puyuelo, J., & Sanagustín, V. (2017). *Introducción a la historia de bares y restaurantes: principales hitos bajo una perspectiva gastronómica*. Zaragoza - España: Gastronomiazko Euskal Anaiarte - FECOGA.

- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Riobamba. (2019). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2020 - 2030*. Obtenido de <https://www.gadmriobamba.gob.ec/index.php/ordenamiento-territorial/plan-pdyot-2020-2030>
- Goded, M. (2003). *El impacto del turismo sobre el desarrollo económico: el caso de Argentina [Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid]*. Madrid. Obtenido de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/3584/1/T22482.pdf>
- Greenfield, I. (9 de Enero de 2020). *Nan Magazine*. Obtenido de <https://www.nanmagazine.com/un-tren-cruza-chimborazo/>
- Guerrero, M., Herrera, M., & Villagómez, J. (2020). Sistema de indicadores para la gestión del turismo sostenible en el destino turístico de Acapulco, Guerrero, (México). *Ciencias Administrativas Teoría y Praxis*, 25.
- Guerrero, P., & Ramos, J. (2014). *Introducción al Turismo*. México: Editorial Patria. Obtenido de <https://www.editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074384130.pdf>
- Gurría, M. (1991). *Introducción al Turismo*. México: Trillas.
- Gutiérrez, J., & Morocho, P. (2020). *Propuesta de un modelo de comercialización de la Ruta Spondylus para el incentivo de destinos emergentes [Tesis de Licenciatura. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]*. Guayaquil: Repositorio Digital UCSG. Obtenido de <http://201.159.223.180/handle/3317/15418>
- Guzmán, C., & Herrera, E. (2014). *Estudio de la situación de la oferta y la demanda turística de la ruta ferroviaria el tren de la Libertad de los cantones Ibarra Urcuquí [Tesis de Ingeniería. Universidad Técnica del Norte]*. Ibarra: Repositorio Digital Universidad Técnica del Norte. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/3211>
- Hernández, N. (2017). *La Plaza Eloy Alfaro como espacio público y su incidencia en la opinión pública de los habitantes de la ciudad de Riobamba en el periodo Enero – Junio del 2016 [Tesis de Licenciatura. Universidad Nacional de Chimborazo]*. Riobamba:

- Repositorio Digital UNACH. Obtenido de
<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/3621/1/UNACH-EC-FCP-COM-SOC-2017-0014.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F: Mc Graw-Hill. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Herrera, R., & Kang, V. (2020). *Memorias científicas del VIII Congreso Internacional Turismo, Hotelería y Ambiente*. Obtenido de
https://issuu.com/robertocherreraa/docs/libro_art_culo_ruta_del_tren_ecuador
- Imbaquingo, J. (2016). *Creación de una ruta turística en la comunidad de Urcutambo, ubicada en la parroquia Gualea [Tesis de Ingeniería. Universidad Tecnológica Israel]*. Repositorio Digital Universidad Israel. Obtenido de
<http://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/1258>
- Khovanova, K. (s.f). *Importancia de las Rutas Culturales del Consejo de Europa para el desarrollo del turismo europeo y de una cultura diplomática*. Patrimonio Cultural y Turismo. Obtenido de
<https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf18/articulo2.pdf>
- La Nación . (20 de marzo de 2019). *Ruta del Tren del Hielo 1*. Obtenido de La Nación:
<https://lanacion.com.ec/ruta-tren-del-hielo-1/>
- Lomas, K. (2010). *Yaku Ñamby: Ruta ecoturística cultural del agua*. Repositorio Digital Universidad Técnica del Norte. Obtenido de
<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/8618>
- Lopez, D. (1998). *La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos*. publicacions de la Universitat Jaume I.

- López, T., & Sánchez, S. (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. *Pasos*, 6(2), 159-171. Obtenido de http://www.pasosonline.org/Publicados/6208/PS0208_2.pdf
- Maigualema, D. (2020). *Diseño y Simulación de una Red de Comunicación en Vagones de Ferrocarriles a Través de la Utilización de los Estándares IEC 61375 para la Ruta Tren del Hielo I (Riobamba – Urbina – La Moya) (Tesis de Ingeniería. Universidad Nacional de Chimborazo)*. Riobamba: Repositorio Digital UNACH. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/6580>
- Maldonado, C. (2005). Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario. *International Labour Organization*. Obtenido de http://oit.org/wcmstp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_117525.pdf
- Maldonado, C., Álvarez, J., Del Río, M., & Durán, A. (2017). Ruta del Agua - Yaku Ñambi en la Amazonía Ecuatoriana. *Tourism and Hospitality International Journal*, 9(2), 87-112. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/321917924_Ruta_del_Agua_-_Yaku_Nambi_en_la_Amazonia_Ecuatoriana
- Mamani, W. (13 de mayo de 2016). *Asesores de Turismo Perú* . Obtenido de Historia de la Hotelería : <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/05/13/historia-de-la-hoteleria/#:~:text=Los%20primeros%20viajeros%20intercambiaban%20mercanc%C3%ADas,en%20el%20rinc%C3%B3n%20del%20establo.>
- Marín, H. (2012). *Introducción a los recursos turísticos*. Módulo Turismo Aula Senior.
- Mendoza, M., & Loja, S. (2018). Emprendimientos sociales: turismo en la costa ecuatoriana. *Revista Academia & Negocios*, 4(1), 81-92. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5608/560863073009/html/>

- Mendoza, R., Abarca, M., Vinueza, D., & Andrade, A. (2020). Propuesta de rutas turísticas alternativas en el Ecuador Continental. *Recus*, 5(3), 56-68. Obtenido de <https://oaji.net/articles/2021/6747-1637866895.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2020). *Guía para el diseño de experiencias turísticas*. Lima. Obtenido de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2422599/Gu%C3%ADa%20para%20el%20dise%C3%B1o%20de%20experiencias%20tur%C3%ADsticas.pdf>
- Ministerio de Transporte y Obras Públicas. (2022). *Reactivación Integral de Ferrocarriles del Ecuador*. Subsecretaría de Transporte Terrestre y Ferroviario. Obtenido de https://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/02/ISFE_MTOP_3.-Informe-tecnico-FEEP-febrero-2022.pdf
- Ministerio de Turismo. (2013). *El Tren de la Libertad: Un futuro turístico para el norte del Ecuador*. Ibarra. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/el-tren-de-la-libertad-un-futuro-turistico-para-el-norte-del-ecuador/#:~:text=El%20tren%20de%20la%20libertad%20cubre%20la%20ruta%20Ibarra%20Salinas,los%20r%C3%ADos%20Mira%20y%20Chota.>
- Ministerio de Turismo. (2014). *Resumen 2014: Turismo ecuatoriano, en su mejor momento*. Quito. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/resumen-2014-turismo-ecuadoriano-en-su-mejor-momento/>
- Ministerio de Turismo. (2015). *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Ecuador: Lexis.
- Ministerio de Turismo. (2015). *Tren Ecuador inaugura nueva ruta, Tren De Los Lagos*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/tren-ecuador-inaugura-nueva-ruta-tren-de-los-lagos/>
- Ministerio de Turismo. (2016). *Reglamento de Operación e Intermediación Turística*. Quito: Lexis.
- Ministerio de Turismo. (2018). *Guía del Emprendedor Turístico*. Quito-Ecuador: MINTUR.

- Ministerio de Turismo. (2018). *Proyecto:Fomento al Emprendimiento Turístico y Mejoramiento de las Mipymes Turísticas de la TEA* . Ministerio de Turismo.
- Ministerio de Turismo. (2019). *Spondylus, símbolo de gran importancia en el Ecuador*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/spondylus-simbolo-de-gran-importancia-en-el-ecuador/>
- Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa*. Neiva. Obtenido de <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Morillo, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*(1), 135-158. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Nájera, C., & Paredes, B. (2017). Identidad e Identificación: Investigación de Campo como Herramienta de Aprendizaje en el Diseño de Marcas. *INNOVA Research Journal*, 2(10.1), 155-164.
- Nicolau, J. (2011). El producto turístico. *Marketing Turístico*. Universdida de Alicante, Alicante.
- Nieto, J., Román, I., Bonillo, D., & Paulova, N. (2016). El turismo a nivel nacional. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 2(1), 129-144.
- Obando, M. (2019). *Identificación del problema y alternativas de solución*.
- Orgaz, F. (2015). Los impactos económicos, sociales y medioambientales negativos en el ecoturismo: una revisión de la literatura. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 42(2), 139-148. doi:https://doi.org/10.5209/rev_NOMA.2014.v42.n2.48781
- Ortega, K., & Pacha, E. (2021). *Modelo de Gestión para la Reactivación del Sistema de Transporte Ferroviario en la Provincia de Chimborazo*. Riobamba-Ecuador: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/15233/1/112T0261.pdf>
- OSTELEA. (4 de junio de 2020). *Emprender en turismo, conceptos clave para iniciar un negocio*. Obtenido de OSTELEA Tourism Management School:

<https://www.ostealea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/emprender-en-turismo-conceptos-clave-para-iniciar-un-negocio>

- Paredes, M. (2011). *Diseño de un plan estratégico de marketing para promocionar la ruta turística "Avenida de Los Volcanes" en la provincia de Pichincha [Tesis de Ingeniería. Universidad Tecnológica Equinoccial]*. Quito: Repositorio Digital UTE. Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/1653/1/44245_1.pdf
- Paredes, S. (2016). *El producto turístico "Tren del Hielo II", y su aporte en la dinamización socio-económica del cantón Cevallos, provincia de Tungurahua [Tesis de Licenciatura. Universidad Técnica de Ambato]*. Ambato: Repositorio Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/24595>
- Picazo, I. (15 de septiembre de 2022). *Viajestic*. Obtenido de El hotel más antiguo del mundo está en Japón y tiene más de 1.300 años: https://www.lasexta.com/viajestic/curioso/hotel-mas-antiguo-mundo-esta-japon-tiene-mas-1300-anos_202209156322d21aa1854f000180cf73.html
- Pinos, M. (2020). *Análisis del impacto socioeconómico que genera la ruta del hielo I de la empresa Ferrocarriles del Ecuador en la comunidad indígena la Moya. [Tesis de Ingeniería. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]*. Guayaquil: Repositorio Digital UCSG. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/15279/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-587.pdf>
- Polanco, D., Araujo, M., Portugal, C., Guamialamá, J., Valdes, M., & Duque, D. (2020). Análisis del emprendimiento turístico en Ecuador y su impacto en la sociedad. Caso de estudio: empresas familiares en la parroquia de Mindo. *Siembra*, 7(1), 1-15. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/6538/653869485006/653869485006.pdf>
- Ponce, J. (1 de Noviembre de 2018). *Marketing y Servicios*. Obtenido de <https://marketingyservicios.com/la-valoracion-de-un-producto-o-servicio/>

- Proaño, P. (2017). *Evaluación de aspectos: económico, social y ambiental de la ruta del tren [Tesis de Licenciatura. Universidad Central del Ecuador]*. Quito. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/12972>
- Quintero, J. (2004). Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus. *Anales del Museo de América*, 263-274. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1180522>
- Ramírez, F. (2012). Metodología de la investigación:más que una receta. *AD-minister*(20), 91-111. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3223/322327350004.pdf>
- Razo, A. (2017). Las actividades recreativas y el tiempo libre de los adolescentes de 14 a 17 años del Caserío San Luís, cantón Tisaleo. *Proyecto de investigación previo a la Obtención del Título de Licenciado en Ciencias de la Educación*,. Universidad Técnica de Ambato, Ambato-Ecuador.
- Ricaño, L. (2018). *Establecimientos en las industrias de alimentos y bebidas*. Puebla-México: Universidad Anáhuac.
- Riquelme, M. (diciembre de 2016). *FODA: Matriz o Análisis FODA – Una herramienta esencial para el estudio de la empresa*. Obtenido de https://www.analisisfoda.com/#El_objetivo_de_la_matriz_FODA
- Rivera, M., & Rodríguez, L. (2012). *Turismo Responsable, Sostenibilidad y Desarrollo Local Comunitario*. Córdoba: Cátedra Intercultural, Universidad de Córdoba.
- Rodrigues, S., Feder, V., & Fratucci, C. (2015). Impactos percibidos del turismo. Un estudio comparativo con residentes y trabajadores del sector en Rio de Janeiro-Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24(1), 115-134. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180732864007.pdf>
- Rodríguez, L. (10 de octubre de 2007). *Indicadores de turismo sostenible en instalaciones hoteleras*. Obtenido de Gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/indicadores-de-turismo-sostenible-en-instalaciones-hoteleras/>

- Rodríguez, M. (2010). *Diseño de una ruta turística de interpretación cultural para la promoción y el desarrollo local de la etnia aborigen Warao en el estado delta Amacuro, Venezuela [Tesis de Maestría. Universidad de la Habana]*. Eumed. Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1157/index.htm>
- Rojas, M. (2020). *Análisis del impacto socioeconómico que genera la ruta del hielo I de la empresa Ferrocarriles del Ecuador en la comunidad indígena la Moya [Tesis de Ingeniería. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]*. Guayaquil: Repositorio Digital UCSG. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/15279>
- Sáenz, P. (2014). *Diseño de la ruta turística de la caña en las parroquias de Puyo, Tarqui, Veracruz y Fátima del cantón Pastaza-provincia de Pastaza [Tesis de Ingeniería. Universidad Tecnológica Equinoccial]*. Quito: Repositorio Digital UTE. Obtenido de <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/13488>
- Sagba, N. (2017). *Análisis de la situación actual del turismo comunitario vinculado a la ruta del tren patrimonial y ruta subtropical en la provincia de Chimborazo [Tesis de Ingeniería. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo]*. Riobamba: DSpace ESPOCH. Obtenido de <http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/8392>
- Salamanca, B. (2017). *Modelo de Negocio para un emprendimiento de servicios turísticos , ecoturísticos y culturales en San Agustín, Departamento del Huila. Trabajo presentado como requisito parcial para la obtención del título de magíster en Administración (MBA)*. Universidad EAFIT, Medellín, Colombia.
- Salazar, M., & Yáñez, C. (2014). *Diseño de una propuesta de desarrollo turístico en el cantón Yaguachi para el fomento del turismo local [Tesis de Ingeniería. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]*. Guayaquil: Repositorio Digital UCSG. Obtenido de <http://201.159.223.180/handle/3317/2315>
- Samaniego, A. (2019). *Producto Turístico y Viabilidad Técnica, Administrativa y Comercial en la Comunidad La Moya, parroquia Calpi, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo*

- [Tesis de Maestría. Universidad Nacional de Chimborazo]. Riobamba: Repositorio Digital UNACH. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/6212/1/PRODUCTO%20TUR%3%8DSTICO%20Y%20VIABILIDAD%20T%3%89CNICA%2C%20ADMINISTRATIVA%20Y%20COMERCIAL%20EN%20LA%20COMUNIDAD%20LA%20MOYA%2C%20PARR.pdf>
- Sanafria, S. (2015). *Diseño de la ruta de turismo comunitario fuego y arena en la Isla Santa Cruz provincia de Galápagos* [Tesis de Ingeniería. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Guayaquil: Repositorio Digital UCSG. Obtenido de <http://201.159.223.180/handle/3317/4552>
- Servicio Nacional de Turismo. (2017). *Manual de diseño: Experiencias turísticas*. Santiago: SERNATUR. Obtenido de <https://fhcevirtual.umsa.bo/btecavirtual/?q=Manualdedise%C3%B1o.Experienciastur%C3%ADsticas>
- Severiche, C., Bedoya, E., Meza, M., & Sierra, D. (2017). Gestión para la Sostenibilidad Ambiental, Sociocultural y Económica en el Sector Hotelero: Revisión de la Literatura. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 19(3), 475– 495. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6219243>
- Socatelli, M. (2016). Identificación de las Necesidades . En M. Socatelli, *Fundamentos para Emprendimientos Turísticos Sostenibles. La formulación y evaluación de proyectos turísticos sostenibles*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia San José.
- Tapia, V. (2017). *Evaluación del impacto socioeconómico ambiental En la “Ruta del Tren” en la provincia de Cotopaxi* [Tesis de Licenciatura. Universidad Central del Ecuador]. Quito. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/11791>
- Terán, P. (2021). El turismo comunitario y su aporte al desarrollo de la Comunidad de San Clemente del cantón Ibarra. *Maestría en Gestión del Desarrollo*. Universidad Andina Simón Bolívar, Quito, Ecuador.

- Toctaguano, K. (2019). Impacto económico del Tren Crucero en las comunidades por las que transita. Caso: Nizag y Palacio Real. *Siembra*, 6(19), 109-155. Obtenido de <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/1711>
- Torres, A. (2008). *Los sistemas de indicadores: Instrumentos para la medición y gestión de la sostenibilidad turística de España*. Universidad de Barcelona, Barcelona, España .
- Turismo, O. M. (2019). *Panorama del turismo internacional*. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237>
- Valle, A. (2015). *Diseño de una ruta turística colonial "Encantos del Cerrito Verde" como medio de interpretación del patrimonio cultural en el cerro Santa Ana de la ciudad de Guayaquil provincia del Guayas [Tesis de Licenciatura. Universidad de Guayaquil]*. Repositorio Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7793/1/Ruta%20Turistica%20Colonial.pdf>
- Vallejo, J., Malla, F., Lalangui, M., & Ochoa, J. (2020). El impacto económico del turismo en la provincia de Loja, Ecuador. Evaluación histórica y prospectiva. *Revista ECA Sinergia*, 11(1), 113- 121.
- Vázquez, D. (6 de septiembre de 2018). Así es como nació el primer restaurante de la historia. *La Vanguardia* .
- Velázquez, R. (2020). *Las 4 P de la mercadotecnia*. Hidalgo, México : Prepa UNO.
- Villalobos, D. (2019). Diagnóstico de las Condiciones Laborales de un Servicio de Alimentación Hospitalario con Distribución Satéltal. *Diagnóstico de las Condiciones Laborales de un Servicio de Alimentación Hospitalario con Distribución Satéltal*. Pontificia Universidad Javeriana, Bogota - Colombia.
- Villamar, A. (2018). *Diseño de un plan de marketing turístico, para instruir al visitante nacional que acude al centro de interpretación "La Ruta de la Tortuga", en el cantón Santa Cruz provincia de Galápagos [Tesis de Masterado. Universidad para la Cooperación Internacional]*. San José. Obtenido de

<https://www.ucipfg.com/biblioteca/files/original/23aec5a9b4e713bb7de2afbf2b587358.pdf>

Villegas, W. (2019). *Metodología para determinar las tarifas del sistema de transporte ferroviario de la Filial Sur Ferrocarriles del Ecuador [Tesis de Ingeniería. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo]*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba: DSpace ESPOCH. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/14049/1/112T0150.pdf>

Yáñez, H. (2015). *Documental turístico sobre la avenida de los volcanes [Tesis de Licenciatura. Universidad de las Américas]*. Repositorio Digital Universidad De Las Américas. Obtenido de <https://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/6313>

Zambrano, M. (2021). *Estrategias de re-activación administrativa de la Empresa Pública Ferrocarriles Ecuador en la ciudad de Riobamba año 2020 [Tesis de Licenciatura. Universidad Técnica de Babahoyo]*. Quevedo: DSpace de la Universidad Técnica de Babahoyo. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/10167/E-UTB-FCJSE-HTURIS-000283.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Anexos