



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

**MONOGRAFÍA PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

**TEMA: “INCIDENCIA DEL FERROCARRIL ECUATORIANO EN EL
DESARROLLO TURÍSTICO DE RIOBAMBA- CHIMBORAZO.”**

AUTORA: BARAHONA CALDERÓN, NATALI ALEXANDRA

DIRECTOR: ING. ALVEAR PEÑA, HORFAYT ALONSO MSc.

SANGOLQUÍ

2020



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CARRERA DE TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, ***"INCIDENCIA DEL FERROCARRIL ECUATORIANO EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE RIOBAMBA- CHIMBORAZO"*** fue realizado por la señora Barahona Calderón Natali Alexandra, el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 11 de febrero del 2019.

Firma:

Msc. Alvear Peña, Horfayt Alonso

C.C. 1410417592



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

CARRERA DE TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, **BARAHONA CALDERÓN NATALI ALEXANDRA**, con cédula de identidad N° 0603452236, declaro que este trabajo de titulación **"INCIDENCIA DEL FERROCARRIL ECUATORIANO EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE RIOBAMBA- CHIMBORAZO"** ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas. Consecuentemente declaro que este trabajo es de mi autoría, en virtud de ello me declaro responsable del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Sangolquí, octubre 2018

BARAHONA CALDERÓN NATALI

060345223-6



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

iii

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

AUTORIZACIÓN

Yo, **BARAHONA CALDERÓN NATALI ALEXANDRA**, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación **"INCIDENCIA DEL FERROCARRIL ECUATORIANO EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE RIOBAMBA- CHIMBORAZO"** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi autoría y responsabilidad.

Sangolquí, octubre 2018

BARAHONA CALDERÓN NATALI
060345223-6

DEDICATORIA

A mi familia por su paciencia,
apoyo constante y guía en cada uno de mis pasos,
por su confianza en mis capacidades lo que me
permitió cumplir mis metas.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme ver la luz de cada día con su bendición, a mi hijo por su paciencia durante el tiempo que asigné a mis estudios,
a mi familia por su ayuda incondicional,

Al Ing. Horfayt Alvear, por su paciencia y por ser un gran educador y sobre todo una excelente persona, que ha permitido mi formación profesional.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA

CERTIFICACIÓN	i
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD.....	ii
AUTORIZACIÓN	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
1 CAPÍTULO I.....	12
1.1 ANTECEDENTES	12
1.2 Justificación	14
1.3 OBJETIVOS	15
1.3.1 Objetivo general	15
1.3.2 Objetivos Específicos:	15
1. 4 MARCO TEÓRICO.....	16
1.4.1 Relación entre Turismo y Cultura	16
1.4.2 El Ferrocarril ecuatoriano como atractivo turístico Patrimonial.....	17
1.4.3 Sistemas ferroviarios patrimoniales como atractivos turísticos.....	19
1.4.4 Teoría de soporte	20
1.4.5 EL TRANSPORTE – Enfoque logístico de la distribución.....	20
1.5 Marco referencial.....	21
1.5.1 Turismo y patrimonio ferroviario.	21
1.5.2 Nuevos modelos de negocio en el sector ferroviario de Dinamarca y España y su impacto medioambiental.....	22
1.5.3 Análisis de paper	23
1.6 Marco Conceptual	23

1.6.1 Turismo.....	23
1.6.2 Promoción turística.....	24
1.6.3 Patrimonio.	24
1.6.4 Desarrollo Turístico	24
1.6.5 Turismo Cultural.	24
1.6.6 Desarrollo local.....	24
1.6.7 Desarrollo local y turístico.....	26
1.6.8 Promoción al Turismo.....	29
1.7 Marco Normativo	30
1.7.1 Constitución del Ecuador 2008. Asamblea Constituyente	30
1.7.2 Código Orgánico de Organización territorial, Autonomía y Descentralización.....	31
1.7.3 Relación con los Objetivos Nacionales para el buen vivir.....	34
1.7.4 Proyecto de rehabilitación del sistema ferroviario	34
CAPÍTULO II	36
2. Estudio del Proyecto	36
2.1 Introducción	36
2.2 Necesidad.....	37
2.3 Propósito	38
2.4 Definición del problema	38
2.4.1 Diagrama de Ishikawa	38
2.5 Objetivos.....	39
2.5.1 Objetivo General.....	39
2.5.2 Objetivos específicos.....	39
2.6 Hipótesis.....	39
2.6.1 Hipótesis 1	39
2.6.2 Hipótesis 2.....	39
2.7 Ética del investigador	39
2.8 FASE METODOLÓGICA	40
2.8.1 Tipos de información y técnicas de investigación científica.....	40
2.8.2 Técnicas de muestreo	41
2.8.3 Población.....	41

2.8.4 Tamaño de la Muestra.....	41
2.8.5 Muestreo Aleatorio Estratificado.....	42
2.8.6 Diseño de la Información y Fuentes de Información.....	43
2.8.7 Matriz Operacional de Variables para clientes	43
2.8.8 Modelo de la Encuesta	45
CAPITULO III	49
3 ANALISIS UNIVARIADO	49
3.1 Tabulación y Análisis de Resultados	49
CAPITULO IV.....	58
4 PROPUESTA: MEJORAMIENTO DE LA OFICINA DE ATENCIÓN TURÍSTICA EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA.	58
4.1 Fundamentación educativa.....	58
4.2 Fundamentación social.....	58
4.3 Fundamentación de la sustentabilidad	58
4.4 Fundamentación Turística	58
4.5 Objetivo	59
4.6 MÉTODO GAP	60
4.6.1 Objetivos de Marketing	60
4.6.2 Objetivos de Productividad	62
4.6.3 Objetivos de Innovación	63
4.6.4 Objetivos de Recursos Humanos	63
4.6.5 Objetivos de Responsabilidad Social	64
CAPÍTULO V.....	67
5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	67
5.1 CONCLUSIONES.....	67
5.2 RECOMENDACIONES.....	67
5.3 Bibliografía	68
ANEXOS	69

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Matriz Operacional de Variables de Escala</i>	43
Tabla 2 <i>Objetivos del Marketing</i>	61
Tabla 3 <i>Objetivos de Productividad</i>	62
Tabla 4 <i>Objetivos de Innovación</i>	63
Tabla 5 <i>Objetivos de Recursos Humanos</i>	63
Tabla 6 <i>Objetivos de Responsabilidad Social</i>	64

RESUMEN

En la actualidad existen diversas razones para estudiar todo lo relacionado al turismo del ferrocarril, el propósito fundamental es hacer un aporte a la ciudad de Riobamba y que ésta a su vez impulse la promoción turística y el desarrollo productivo, permitiéndoles a los turistas conocer como punto de partida la ciudad de Riobamba para sus diferentes recorridos, es pertinente destacar datos importantes que se acerquen más a la valoración de este medio de transporte, para rescatar la tradición de cada estación y al mismo tiempo brindarle la oportunidad de trabajo a los habitantes de la ciudad y provincia y a la vez cultivar en nuestras raíces, el respeto y la valoración de este transporte ferroviario, reanimando el turismo en el país tras su rehabilitación, aprovechando su denominación, en el año 2008 este medio de transporte, fue declarado como Patrimonio Cultural del Ecuador y a la Red Ferroviaria “Monumento Civil y Patrimonio Histórico, Testimonial, Simbólico”, dando inicio a un largo proceso de recuperación, readecuación y explotación turística como atractivo nacional al ferrocarril, siendo hoy por hoy uno de los atractivos emblemáticos de la actual oferta turística del Ecuador para el mundo, los trenes turísticos no son al momento un modo de competencia con la transportación en el Ecuador, sin embargo, el presente trabajo se justifica ya que dará un giro en la situación socioeconómica de la ciudad de Riobamba, como en los demás sectores de la patria, que se constituyen en verdadero atractivo turístico.

PALABRAS CLAVE:

- **FERROCARRIL**
- **PROMOCIÓN**
- **TURISTA**
- **TRABAJO**

ABSTRACT

Currently there are several reasons to study everything related to railroad tourism, the main purpose is to make a contribution to the city of Riobamba and that this in turn drives tourism promotion and productive development, allowing tourists to know as a point Starting from the city of Riobamba for its different routes, it is pertinent to highlight important data that are closer to the valuation of this means of transport, to rescue the tradition of each station and at the same time provide the work opportunity to the inhabitants of the city and province and at the same time cultivate in our roots, the respect and appreciation of this rail transport, reviving tourism in the country after its rehabilitation, taking advantage of its name, in 2008 this means of transport, was declared as Cultural Heritage of the Ecuador and the Railway Network “Civil Monument and Historical, Testimonial, Symbolic Heritage”, starting a long process of recovery, readjustment and tourist exploitation as a national attraction to the railroad, being today one of the emblematic attractions of Ecuador's current tourism offer for the world, tourist trains are not at the moment a mode of competition With transportation in Ecuador, however, the present work is justified as it will take a turn in the socio-economic situation of the city of Riobamba, as in the other sectors of the country, which constitute a real tourist attraction.

KEYWORDS:

- **RAILROAD**
- **PROMOTION**
- **TOURIST**
- **WORK**

CAPÍTULO I

1.1 ANTECEDENTES

El turismo se ha convertido en una actividad que incide directamente en el ámbito económico, social, cultural y ambiental, por ende repercute favorablemente en el desarrollo y se ha constituido como eje dinamizador de economías, basando siempre en su progreso, en la participación estratégica y oportuna de los sectores públicos, privados y comunitarios, por lo que para el alcance del máximo avance de la industria turística es necesario la planificación constante direccionada hacia la sostenibilidad de los recursos empleados.

Es por ello que debe fundamentarse en información estadística de primera mano y real para la toma de decisiones acertadas en base a las tendencias del mercado, los requerimientos de la demanda, así como también a la satisfacción de las expectativas que desean experimentar los visitantes de un destino turístico.

Existen diversas razones para estudiar todo lo relacionado al turismo del ferrocarril en la ciudad de Riobamba, el propósito fundamental es hacer un aporte a la comunidad y tener lineamientos estratégicos de mercado que ayuden al incremento económico y que esta a su vez impulse la promoción turística y el desarrollo productivo del cantón, generando fuentes de trabajo y mejorando el bienestar de la colectividad del cantón, la relevancia ante la sociedad, es que el ferrocarril como turismo, aporte ingresos económicos con las diferentes rutas y a la vez conozcan los pueblos con sus tradiciones, observando el gran ecosistema que existe en nuestro país, permitiéndoles a los turistas conocer como punto de partida la ciudad de Riobamba para sus diferentes recorridos.

Es importante rescatar que la estación del ferrocarril en Riobamba tiene a futuro un gran escenario para diversas manifestaciones culturales que incluirán presentaciones de cine, danza, teatro y música, gratuitas y enfocadas a diversos públicos. Estas actividades son parte del proyecto denominado 'Estaciones Vivas–Arte y Folclor en el Tren'. El objetivo es fortalecer la unidad nacional en la diversidad, la interculturalidad y la plurinacionalidad. Además, contribuir al rescate de los espacios patrimoniales de esta ciudad.

Así también se pretende establecer una ruta, la misma que conducirá eventualmente a iniciar operaciones, siendo necesaria la asignación de una locomotora y habilitación de la plataforma panorámica de los vagones, con el pedido frontal que la ruta sea realizada los días sábados y domingos, tomado en consideración la demanda turística nacional y extranjera. Esta iniciativa tiene como objetivo volver a insertar a Riobamba como un destino turístico ferroviario a nivel nacional e internacional, el mismo que durante décadas ha sido un icono turístico de Ecuador”.

Cabe señalar que debido a los últimos cambios a nivel ministerial la Empresa de Ferrocarril del Ecuador pasará a ser parte de la nueva E-P PROMOCIÓN TURÍSTICA, por lo tanto, el pedido del sector turístico es que esa empresa se nutra de los fondos generados por el sector turístico, que actualmente va a la cuenta única del tesoro, como es el impuesto del uno por mil al patrimonio de la empresas privadas, el impuesto Eco Delta, y Potencia Turística que representa el triple del presupuesto del Ministerio; así como también, que el MTOP asuma el mantenimiento de las vías férreas y el ferrocarril se ocupe de la operación del tren, de esta manera quedará financiado el puente del sector

de “Bola de Oro”, que interrumpe la vía Riobamba “Nariz del Diablo”, y el país contará con un presupuesto representativo para la promoción turística.

1.2 Justificación

El sistema nacional ferroviario lo componen varios tramos excepcionales ya que unen las partes andina y costera; y por tal motivo ha sido denominado como el “ferrocarril más difícil del mundo” por su alto nivel de complejidad en cuanto a su diseño e implementación. Por lo cual, su rehabilitación ha sido considerada como un proyecto emblemático y catalogado por el Ministerio de Turismo como uno de los 62 Destinos Emergentes a ser impulsados. Mediante Acuerdo Ministerial No.029 de fecha 1 de abril del 2008 se declara al Sistema Ferroviario como un bien perteneciente al patrimonio cultural del Estado con la denominación de “Monumento Civil y Patrimonio Histórico Testimonial Simbólico”. La Constitución del Ecuador señala que “Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas” La estación de Riobamba, está ubicada en una zona céntrica de la Avenida Daniel León Borja y Carabobo, ocupa tres manzanas y es visible desde las calles, sus espacios son usados semanalmente por instituciones públicas para promocionar el turismo y los productos nacionales. Quince puestos venden artesanías, funcionan una cafetería amplia y un museo para conocer la historia de la construcción del tren; el busto del “Viejo Luchador” Eloy Alfaro se levanta en el ingreso principal de esta estación de la cual parten tres rutas del tren.

Resulta muy conveniente para el turista tener variedad de lugares de hospedaje alrededor de la llamada Plaza Alfaro y se ha convertido en una zona activa de comercio así también la ciudad de Riobamba se destaca por su estructura vial que se proyecta como una ciudad ordenada de fácil acceso.

El recorrido, de 31 km hasta la estación de Urbina es el más alto conocido como el punto más cercano al sol y se enfoca en el majestuoso Chimborazo. La ruta “Sendero de los Ancestros” arriba hacia Colta, ciudad donde inició la historia del país. Esta travesía genera una perspectiva de interés histórico en el turista y visitante que refiere a Riobamba como “la ciudad de las Primicias”.

Es importante realizar la presente investigación porque permite conocer datos exactos de una ciudad en desarrollo turístico y económico siendo la estación de Riobamba una de las más grandes de la región, porque se convierten en los nuevos motores de diversos negocios en sus zonas.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo general

Buscar en el presente proyecto, información para incentivar e incrementar el desarrollo turístico del cantón Riobamba, a través del Ferrocarril.

1.3.2 Objetivos Específicos:

- Determinar la ocupación de las familias del sector (Cantón Riobamba)
- Desarrollar en teorías de soporte apegadas al tema de investigación
- Realizar un Estudio de Mercado para conocer, la importancia del tren en la economía del cantón.

- Proponer el mejoramiento de la oficina de atención turística en la ciudad de Riobamba.

1. 4 MARCO TEÓRICO

Teorías de soporte

1.4.1 Relación entre Turismo y Cultura

Según Quezada 2011, manifiestan que el Turismo y la Cultura se hallan muy relacionados, siendo así que un turista al visitar un lugar se crea un espacio de interacción con la zona receptora. Es ahí donde los turistas tienen la posibilidad de conocer más a fondo la cultura autóctona la cual visitan tales como sus tradiciones, costumbres y la historia. Del mismo modo para que se promueva la actividad turística debe existir seguridad en el sitio, es decir debe ser un lugar tranquilo y no debe haber violencia ya que estos factores impiden el desarrollo del turismo cultural en aquella zona.

Quezada, Fontana, Sánchez, y Fonseca (2011) Afirman: La relación de turismo y cultura implica crear espacios de interacción entre los visitantes y las comunidades. En espacios, los turistas tienen la oportunidad de acercarse a la visión de mundo de la cultura autóctona que los recibe. De esa forma, se da un intercambio entre la cultura receptora y la cultura visitante, a partir de sus similitudes y diferencias.

El turismo cultural implica conocer las tradiciones y la historia oral, las cuales son parte de un producto turístico. (p.102) Después de las consideraciones anteriores se puede decir que el turismo y la cultura tienen mucho en común y están sumamente relacionados entre sí, ya que el turista visita un lugar donde tiene la posibilidad de conocer diferentes

culturas de algunos pueblos, por lo tanto a continuación se citara las características de la cultura.

1.4.2 El Ferrocarril ecuatoriano como atractivo turístico Patrimonial

La construcción del sistema ferroviario ecuatoriano a principios del siglo XX significó uno de los mayores proyectos de la revolución liberal ecuatoriana, convirtiéndose en un actor fundamental para el A. Barreno Lalama, E. Brito-Henríquez 1924 desarrollo del país, además de un símbolo de unidad nacional (Clark, 2004). En 1908 el ferrocarril conectó ciudades y centros poblados importantes del país, logrando comunicar a la costa con la sierra (regiones que habían estado separadas, debido a su complejidad geográfica).

La construcción de la red ferroviaria ecuatoriana constituyó uno de los proyectos de mayor ingenio en su construcción, debido a las características orográficas del territorio y tensiones de actores políticos escépticos del ferrocarril. Durante la primera mitad del siglo XX, se logró consolidar la red ferroviaria y alcanzó a tener una extensión de 965 Km (Figura 1), de los cuales el 75% del trazado atravesaba la cordillera de los Andes (Senplades, 2013).

El ferrocarril facilitó el comercio y transporte masivo, generando oportunidades de desarrollo a poblaciones que habían sido excluidas en las dinámicas comerciales y sociales de la época. En década de los 70, el crecimiento de las poblaciones y explotación de recursos que diversificaron el desarrollo industrial y cambiaron la manera de mirar el territorio, demandando nuevos medios de transporte y la construcción de carreteras. El uso de las carreteras para el comercio y transporte masivo, como medio dominante, provocó un declive en el uso del sistema ferroviario.

El gobierno central priorizó la construcción de las carreteras, descuidando el mantenimiento y construcción de nuevas vías férreas. La inversión se concentró en nuevas vías para la explotación de petróleo en la Amazonía ecuatoriana y su transporte a puertos de la costa pacífica; generando que la vía férrea entre en un proceso de desuso y olvido. Junto con los avances en tecnologías de construcción se avanzó con la construcción de carreteras que optimizaban el tiempo, relegando al ferrocarril como un medio de transporte lento y con conexiones fuera de los nuevos polos de desarrollo. Debido a la disminución de recursos para mantenimiento y operación de la red ferroviaria, las vías se deterioraron y fueron afectadas por condiciones climáticas (Clark, 2004). A inicios de los años 80, el invierno, agravado por la corriente marina del El Niño, provocó la destrucción de tramos de la vía férrea, perdiéndose la continuidad de la misma; daños que incluían la caída de varios puentes y vías cortadas por derrumbes. La red ferroviaria continuó su proceso de deterioro y decadencia, operando solo en tramos específicos. Durante los años 90, gracias los esfuerzos de la empresa pública ferroviaria, la vía se mantuvo operativa en zonas rurales que aun dependían del ferrocarril para movilizarse y transportar productos agrícolas. La red ferroviaria era utilizada por poblaciones alejadas de los centros urbanos y polos de desarrollo. A pesar de los esfuerzos realizados, el sistema ferroviario no logró recuperarse de los daños causados por las condiciones climáticas y no volvió a tener operatividad continua en toda la vía. Debido a la necesidad de recursos, se decidió priorizar tramos de la vía férrea que representaban atractivos turísticos y fuentes de desarrollo, por lo que, a finales de los años 90, únicamente funcionaban dos trayectos (Parque Nacional Cotopaxi, y trayecto Nariz del Diablo, tramos que atraviesan la cordillera de los Andes). El resto de la red ferroviaria permaneció

paralizada hasta inicios del año 2000, cuando varios gobiernos intentaron reactivarla, sin alcanzar resultados representativos.

1.4.3 Sistemas ferroviarios patrimoniales como atractivos turísticos

Empresas turísticas privadas desarrollaron productos turísticos que ofrecían trayectos en el ferrocarril que atraviesa por paisajes naturales únicos, como el “cruce” de la cordillera de los Andes a la sabana costera. Apenas pocos actores lograron articularse con las empresas turísticas, ofreciendo servicios complementarios; de manera que el ferrocarril era aprovechado por pocos grupos económicos locales. El resto de las poblaciones cercanas a la vía férrea no se beneficiaron de la operación turística. La declaración patrimonial y la rehabilitación de la red ferroviaria, reconociendo su importancia histórica y potencialidad de atractivo turístico nacional e internacional, permitieron la participación de nuevos actores territoriales y su operación turística generó nuevas redes locales para el desarrollo económico y social. La inversión por parte del Gobierno Central, durante el período 2007–2014, recuperó 507 Km de la vía férrea (Figura 1), estaciones, talleres, equipo tractivo y remolcado. Para el año 2013, se había alcanzado recuperar patrimonio ferroviario por cerca de USD 600 millones, en bienes muebles e inmuebles que habían sido desvalorizados o apropiados por actores privados, facultando la activación social y económica en poblaciones cercanas a la vía férrea (Senplades, 2013; Ferrocarriles del Ecuador – EP, 2015).

La rehabilitación de la red ferroviaria se la realizó a partir de tres ejes paralelos: rehabilitación de la vía y estaciones; reestructuración de la empresa pública; y, desarrollo de productos turísticos, con participación de la comunidad (Ferrocarriles del Ecuador – EP, 2013).

Fuente: Barreno Lalama 1, E. Brito-Henriques1 1 Instituto de Geografía e Ordenamiento do Território – Centro de Estudos Geográficos, Universidades de Lisboa, Avenida Prof. Gama Pinto, 1649-003 Lisboa, Portugal. abarreno@campus.ul.pt; eduardo@campus.ul.pt

1.4.4 Teoría de soporte

1.4.5 EL TRANSPORTE – Enfoque logístico de la distribución

Julio Juan Anaya Tejero – Segunda edición.

No cabe duda que, dentro de la logística de distribución, la gestión del transporte constituye hoy en día uno de los aspectos más complejos de tratar.

Se puede afirmar en términos muy generales que, dentro de los cortes de Distribución general, el transporte físico de mercancías representa en torno a un 40%, lo que da una idea de su importancia económica y su persecución y su repercusión en el margen comercial.

El tema del transporte por su naturaleza es uno de los conceptos más poliédricos dentro de la logística de distribución ya que aglutina una serie de aspectos de carácter reglamentario o normativos, técnicos comerciales, económicos y logísticos.

El autor pretende con la presente publicación hacer asequible el contenido de los diferentes aspectos que conlleva la Gestión del Transporten a cualquier persona involucrada de una forma directa o indirecta en el referido mundo del transporte, eludiendo en todo lo posible los tecnicismos y formulaciones propias de esta materia, dando así una visión práctica del problema con los objetivos oportunos para su mejor comprensión.

El libro se ha concebido en dos partes, la primera que da una visión general de los diferentes modos de transporte de mercancías (Ferrocarril, aéreo, marítimo, etc.) su situación actual, aplicabilidad, evolución prevista, etc., y la segunda parte que analiza en detalle la problemática existente en torno al transporte por carretera, dando especial énfasis a los aspectos económicos, logísticos y de productividad de vehículos disponibles.

Relación de la Teoría de Soporte con el tema de investigación

Se puede observar que la teoría de soporte de Anaya relaciona al transporte como un factor de importancia económica y su persecución y su repercusión en el margen comercial, misma que concierne al tema de investigación: Incidencia del ferrocarril ecuatoriano en el desarrollo turístico de Riobamba- Chimborazo.

1.5 Marco referencial

Papper 1.

1.5.1 Turismo y patrimonio ferroviario. Un estudio sobre el Tren da Vale (MG) – Brasil. Lourdes Regina Galvão Maya* Centro Universitario Metodista I. Hendrix- Brasil

El presente trabajo muestra un análisis sobre la importancia del patrimonio industrial ferroviario para el turismo y utiliza al “Tren da Vale” como estudio de caso. Al recuperar este patrimonio se tomaron en cuenta elementos culturales y recreativos nuevos, destinados a la comunidad y a los turistas y/o visitantes. Así como la posible ejecución del plan de puesta en valor e interpretación del patrimonio y la satisfacción y la apropiación por parte del turista y el visitante en relación a la recuperación realizada. La metodología adoptada para esta investigación fue la aplicación de una encuesta entre los

visitantes de las estaciones de Ouro Preto y Mariana (Brasil). Los datos fueron analizados a través del método de tabulación. Los resultados obtenidos sugieren que los turistas y visitantes apoyaron la recuperación del patrimonio industrial ferroviario para uso turístico. Asimismo, la interpretación del patrimonio agregó valor al sitio turístico.

Papper 2.

1.5.2 Nuevos modelos de negocio en el sector ferroviario de Dinamarca y España y su impacto medioambiental.

María de Miguel Molina

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA KASPER VILSTRUP ROLDSGAARD
COPENHAGEN BUSINESS SCHOOL Y UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

María del Val Segarra Oña y Blanca de Miguel Molina

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

La teoría de modelos de negocio ha sido examinada desde perspectivas muy diversas como la innovación tecnológica, estrategia, marketing, gestión, finanzas y economía. Su base común es el desarrollo de las actividades empresariales en un entorno cada vez más competitivo, complejo y en rápida evolución (Wirtz et al, 2010; Sosna et al, 2010; Teece, 2010). Pero el sector ferroviario sigue estando en gran medida ausente de esta conversación sobre la teoría de modelos de negocio en la literatura. Sin embargo, el sector ferroviario ha cambiado significativamente en los últimos treinta años y está experimentando actualmente un proceso de cambio que es demasiado importante para ignorarlo. Dicho cambio puede tener una gran influencia en la protección del medio ambiente ya que, además de que es un sector sensible a diversos impactos ambientales

directos de su actividad (ruido, emisiones de CO₂, paisaje, fauna, etc.), la transformación de su modelo de negocio en la venta de servicios particulares puede tener indirectamente consecuencias positivas en el entorno tal como ha demostrado recientemente Dlamini (2011) en el caso de Japón. De este modo, la implantación de nuevos servicios y productos digitales en el sector ferroviario, reduciendo el papel y plástico, no sólo beneficiará el tiempo de espera de los clientes, sino que además minimizará el impacto de los materiales tradicionales.

1.5.3 Análisis de paper

La importancia del patrimonio ferroviario destaca en la satisfacción del turista y visitante, en la recuperación del patrimonio industrial ferroviario, así como el complemento con el desarrollo de actividades empresariales que se ha incrementado significativamente, lo que conlleva a consecuencias positivas como es el caso de Japón, con la implementación de servicios y productos digitales, reduciendo papel y plástico que contribuye además con el medio ambiente.

1.6 Marco Conceptual

1.6.1 Turismo: Según Hunziker & Krapf 2011, manifiesta que “Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas.” (Hunziker & Krapf, 2011)

Según Organización Mundial De Turismo 2006, manifiesta que “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico en relación con el movimiento de las personas a distintos lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales”. (OMT, 2006).

1.6.2 Promoción turística: Según Gurria 2011, manifiesta que “La promoción turística es el conjunto de acciones y actividades que por medio de una campaña publicitaria y de relaciones públicas, para dar a conocer un producto o servicio turístico en el mercado y conseguir una venta del mismo entre la demanda.” (Gurria, 2011)

1.6.3 Patrimonio: El patrimonio cultural es la herencia cultural propia del pasado de una comunidad con la ésta avive en la actualidad y que transmite a las generaciones presentes y futuras, en el Ecuador es nuestra herencia ancestral que nos muestra de dónde venimos y quiénes somos.

Es el conjunto de creaciones que nos distingue de los demás pueblos y nos da identidad y los bienes materiales que han aportado a la historia de nuestras comunidades.

En los siglos pasados XIX y XX el proyecto del Ferrocarril representaba en el mayor proyecto de desarrollo y producción, a través de él se transportaban todos los bienes y productos de la costa a la sierra, era administrado por la mayor empresa pública del país y lo más importante es que representaba el proyecto de una revolución alfarista, la más moderna de su época.

1.6.4 Desarrollo Turístico: Es la evolución del turismo debido a la creación de estrategias, políticas y programas orientados a mejorar los servicios básicos, la infraestructura, para garantizar el bienestar y proteger la integridad física de los turistas que visitan la zona oriental del Departamento de La Unión.

1.6.5 Turismo Cultural: Actividad que permite a las personas contemplar y experimentar las diferentes formas de vida de otras gentes y, como consecuencia, comprender sus costumbres, tradiciones, sus pensamientos expresados en lugares históricos, arqueológicos, arquitectónicos o de otra significación cultural.

1.6.6 Desarrollo local: Miguel Cevallos en su presentación desarrollo local, una herramienta para mejorar la gobernabilidad en el Programa Colombia de la Universidad de Georgetown, indica “El desarrollo económico local como un proceso en el cual se da una asociatividad entre los gobiernos locales, los grupos comunitarios y el sector privado con el propósito de administrar los recursos existentes, crear empleo y estimular la economía de un territorio definido”.

A este concepto básico donde se relaciona principalmente la participación de actores y se enfoca en el desarrollo económico, falta complementar con definiciones de territorio, desarrollo cultural y social.

Anteriormente se medía como crecimiento económico principalmente con indicadores macroeconómicos o de crecimiento como el PIB, donde estos no se reflejan en la calidad de vida ni en la distribución equitativa de la riqueza hacia toda la población.

El concepto de desarrollo para este trabajo rescata principalmente que debemos encontrar y relacionar el Buen Vivir de los miembros de la comunidad sin dejar de coordinar con todos los actores internos y externos, teniendo claramente nuestras potencialidades, fortalezas y debilidades, y sobre la base del manejo de los recursos que estén a nuestro alcance.

Para verificar las estrategias e instrumentos de desarrollo local, tenemos que definir un marco teórico el cual nos permita desarrollar claramente nuestra Planificación estratégica, para ello podemos enmarcarnos en un enfoque sistémico, ya que al definir el sistema podemos encuadrar nuestro trabajo en objetivos y actividades claras y nos permita los resultados y metas propuestas.

Para definir un análisis teórico comparto con la propuesta de Sergio Boisier, quien nos indica que puede emerger desarrollo si se trabaja en un enfoque sistémico analizando las acciones que se implementen en el territorio, trabajando participativamente y definiendo las fortalezas y oportunidades del desarrollo.

La gestión del desarrollo local desde la institucionalidad de una empresa que gestiona la rehabilitación de una infraestructura y la operación de un tren patrimonial de uso turístico

implica principalmente el apoyo y la participación como un actor más, y a través de su gestión permite aunar los esfuerzos para incluir desde servicios básicos para la comunidad y para el turista nacional e internacional, pasando por procesos de planificación, ordenamiento del territorio y la preparación de productos y servicios de alta calidad, que les permita convertirse en destinos turísticos complementarios en un territorio o región.

Fuente: Estatuto orgánico de gestión organizacional por procesos de la Empresa Pública Ferrocarriles del Ecuador, FEEP en:

<http://www.ferrocarrilesdelecuador.gob.ec/images/stories/transparencia/estructura1.pdf>

1.6.7 Desarrollo local y turístico

La rehabilitación del Ferrocarril Ecuatoriano constituye un proyecto de desarrollo sostenible multifacético que beneficia directamente a los habitantes. Este proyecto tiene como visión principal el encuentro e intercambio cultural y económico, en especial de las comunidades articuladas al ferrocarril. Dentro de las líneas de acción que se pretende seguir se puntualiza el desarrollo local ejecutando diferentes estrategias como el socio-patrimonio para fortalecer la identidad de los ecuatorianos y ecuatorianas y la integración nacional (Minsiterio Cordinador del Patrimonio Natural y Cutural, s.f.).

En el año 2012 se lanza un nuevo producto turístico denominado "Tren Crucero", es una marca comercial de "Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública" (FEEP), el cual representa una experiencia diferente de los demás productos por su concepción. Este producto de alta calidad ha sido creado para dar a conocer al Ecuador en su diversidad

y riqueza patrimonial y así cumplir con uno de los objetivos de Ferrocarriles del Ecuador, que es vincular las actividades socio-productivas económicas que existen en esta ruta.

El servicio ofrece excursiones de hasta cuatro días y tres noches a bordo de una locomotora movilizada por diésel y vapor que recorre 448 kilómetros uniendo los Andes con la Costa pacífica del Ecuador, partiendo desde Quito (2852m.s.n.m.) hacia Duran (6m.s.n.m.) y viceversa. La velocidad del tren es entre 20 y 30 km/h, siendo el punto más alto del recorrido la Estación Urbina que se encuentra en los 3640 m.s.n.m. pasando por comunidades indígenas, donde se puede experimentar la cocina de la región, adquirir artesanías y conocer sobre la cultura local, pretendiendo impulsar así el desarrollo económico de las comunidades que se encuentran a lo largo de la ruta.

El estilo del Tren Crucero lo componen sus cuatro coches considerados verdaderos tesoros del diseño histórico, remolcados por locomotoras a vapor y diésel-eléctrica con una capacidad para 54 personas cómodamente instaladas. El primer coche está decorado con un estilo Barroco, de la época Hispánica Colonial de la Escuela Quiteña y cuenta con espacios donde el turista puede deleitarse con un ligero aperitivo o leer un buen libro. El segundo coche estilo Neoclásico de la época Republicana del Ecuador contiene juegos de mesa. El tercer coche es de estilo Prehispánico con una cosmovisión andina, una tienda artesanal, un salón panorámico y un bar cafetería, sitio en el cual la tripulación sirve bocadillos y bebidas de la gastronomía local. El cuarto coche es de estilo Clásico, el cual transmite la cultura de la Costa ecuatoriana con una sala de estar en donde se realizan actividades sociales y una terraza abierta donde se pueden apreciar los paisajes ecuatorianos. Desde el primer momento que se adquiere este producto se

puede presenciar la historia y cultura ecuatoriana (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014).

En los cuatro días de recorrido del Tren Crucero los turistas cuentan con guías durante todo el viaje a bordo, quienes acompañan a los pasajeros durante las diferentes visitas y/o excursiones que se realizan a lo largo del circuito. Los buses de turismo asisten al Tren en todo su recorrido. Estos trasladan a los pasajeros que viajan a bordo desde las diferentes estaciones hacia los sitios de visita y/o hasta los sitios de alimentación y alojamiento, y transportan su equipaje. Para el alojamiento se consideran haciendas tradicionales y hosterías que se encuentran a lo largo del recorrido y que cumplen con los estándares de servicio requeridos por Tren Ecuador. El servicio de alimentación cuenta con opciones para disfrutar tanto de la gastronomía local, así como de platos de comida internacional, cumpliendo con los estándares de servicio de éste producto.

En la ciudad de Riobamba, exactamente en la Estación del ferrocarril se pueden encontrar servicios adicionales se citan los siguientes: Café del Tren donde se pueden encontrar deliciosos productos típicos de la zona preparados por las comunidades. Pasaje del Tren donde se pueden adquirir productos artesanales de calidad hechos por las comunidades locales quienes habitan en zonas cercanas a la estación. Junto a la Estación se encuentra la Plaza Alfaro donde, generalmente, hay presentaciones de grupo folclóricos pertenecientes a las comunidades locales de las zonas aledañas y también se pueden encontrar productos artesanales a la venta.

Desde el inicio del funcionamiento el Tren Crucero de Ecuador ha conseguido premios y reconocimientos, ganando el premio Wider World Project, o mejor producto turístico fuera

de Europa, por parte del gremio de escritores ingleses British Guild of Travel Writer en Inglaterra (Ferrocarriles del Ecuador, 2015). A estos reconocimientos se suman al galardón a la excelencia, debido tanto a la dinamización de las comunidades locales por donde cruza el Tren Crucero, como a la vinculación de las comunidades con el proyecto ferroviario, dos razones por las cuales Ferrocarriles del Ecuador recibe en Madrid el Premio Excelencia, galardón otorgado por el Grupo Excelencias y entregado en la trigésimo quinta edición de la Feria Internacional de Turismo (FITUR) (Villaruel, 2015). Y precisamente en el 2015 el "Tren Crucero" es designado ganador como "Mejor Tren de Lujo de Sudamérica" galardón otorgado por los World Travel Awards considerados como los premios Oscar del turismo (Ministerio de Turismo, 2015).

A través de un estudio enfocado en el desarrollo sostenible y sus tres pilares fundamentales económico, ambiental y sociocultural, se pretende conocer los beneficios de este producto turístico y sus índices de sostenibilidad, para determinar si el Tren Crucero es un ejemplo de desarrollo turístico sostenible que favorece tanto al sector público, privado, a la sociedad local y al medio ambiente y que puede perdurar en el tiempo para el deleite de las futuras generaciones.

1.6.8 Promoción al Turismo

El ferrocarril desarrolla en todo su potencial las bondades turísticas que brinda el Ecuador en todo su trayecto, dando servicio a los más importantes sitios turísticos que se comercializan en la actualidad. Además, amplía y diversifica la utilización de nuevos atractivos turísticos considerando que la red ferroviaria existente atraviesa lugares excepcionales por su diversidad de climas, paisajes, flora, fauna, artesanías y

comunidades con un gran acervo cultural. Nadie podría negar que la incorporación al inventario turístico nacional de este recurso, representaría para el sector una gran posibilidad de captar mayores corrientes turísticas extranjeras, descongestionando al mismo tiempo los tradicionales destinos como la selva y Galápagos para colocarlos en una enorme superficie geográfica que incluye provincias, que, no obstante, de poseer potencial turístico no gozan de los beneficios que la actividad genera.

1.7 Marco Normativo

1.7.1 Constitución del Ecuador 2008. Asamblea Constituyente

Se ha tomado como referencia los Artículos de la Constitución del Ecuador correspondientes a la regulación del transporte debido a que el ferrocarril constituye un medio de transporte y debe acogerse a éstas regulaciones:

CUADRO No. 1

ARTÍCULOS DE LA CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR AÑO 2008

Art. 262.- Los gobiernos regionales autónomos tendrán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de las otras que determine la ley que regule el sistema nacional de competencias:

3. Planificar, regular y controlar el tránsito y el transporte regional y el cantonal en tanto no lo asuman las municipalidades.

Art. 263.- Los gobiernos provinciales tendrán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de las otras que determine la ley:

2. Planificar, construir y mantener el sistema vial de ámbito provincial, que no incluya las zonas urbanas.

continua →

Art. 264.- Los gobiernos municipales tendrán las siguientes competencias exclusivas sin perjuicio de otras que determine la ley:

6. Planificar, regular y controlar el tránsito y el transporte público dentro de su territorio cantonal.

8. Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines.

Art. 267.- Los gobiernos parroquiales rurales ejercerán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de las adicionales que determine la ley:

3. Planificar y mantener, en coordinación con los gobiernos provinciales, la vialidad parroquial rural.

4. Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente.

Art. 394.- El Estado garantizará la libertad de transporte terrestre, aéreo, marítimo y fluvial dentro del territorio nacional, sin privilegios de ninguna naturaleza. La promoción del transporte público masivo y la adopción de una política de tarifas diferenciadas de transporte serán prioritarias. El Estado regulará el transporte terrestre, aéreo y acuático y las actividades aeroportuarias y portuarias.

FUENTE: Constitución del Ecuador 2008. Asamblea Constituyente, Constitución del Ecuador, Pág. 128

Análisis: La Constitución del Ecuador es un acto normativo para toda actividad con mayor razón si es un proyecto nacional que influye directamente en la población.

1.7.2 Código Orgánico de Organización territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD).

La Empresa de ferrocarriles del Ecuador se encuentra relacionada con la ejecución de proyectos de desarrollo en el Territorio por lo cual está regulada por el COTAD.

CUADRO No. 2**ARTÍCULOS DEL COOTAD****Sección Cuarta****Gestión de las intervenciones de desarrollo en el territorio**

Artículo 294.- Participación pública y social. - Se propiciará la participación de actores públicos y de la sociedad, relacionados con la economía social y solidaria, de conformidad con la Constitución y la Ley Orgánica de Empresas Públicas, para la ejecución de proyectos de desarrollo regional, provincial, cantonal o parroquial rural previstos en los planes de desarrollo y de ordenamiento territorial, especialmente en aquellos donde se requiera la reserva del uso del suelo.

La Planificación del Desarrollo y del Ordenamiento Territorial

Artículo 295.- Planificación del desarrollo. - Los gobiernos autónomos descentralizados, con la participación protagónica de la ciudadanía, planificarán estratégicamente su desarrollo con visión de largo plazo considerando las particularidades de su jurisdicción, que además permitan ordenar la localización de las acciones públicas en función de las cualidades territoriales. Los planes de desarrollo deberán contener al menos los siguientes elementos: continúa →

- a) Un diagnóstico que permita conocer las capacidades, oportunidades y potencialidades de desarrollo, y las necesidades que se requiere satisfacer de las personas y comunidades;
- b) La definición de políticas generales y particulares que determinen con claridad objetivos de largo y mediano plazo;
- c) Establecimiento de lineamientos estratégicos como guías de acción para lograr los objetivos; y,
- d) Programas y proyectos con metas concretas y mecanismos que faciliten la evaluación, el control social y la rendición de cuentas.

Para la formulación de los planes de desarrollo y ordenamiento territorial los gobiernos autónomos descentralizados deberán cumplir con un proceso que aplique los mecanismos participativos establecidos en la Constitución, la ley y este Código.

Los planes de desarrollo y de ordenamiento territorial deberán ser aprobados por los órganos legislativos de cada gobierno autónomo descentralizado por mayoría absoluta. La reforma de estos planes se realizará observando el mismo procedimiento que para su aprobación.

FUENTE: COOTAD Registro Oficial 303 del año 2010.

Análisis: Al ser un proyecto nacional, y atravesar varias provincias del país debe acogerse a las normas de cada provincia, las mismas que se encuentran unificadas en el COTAD.

1.7.3 Relación con los Objetivos Nacionales para el buen vivir

El buen vivir es un documento gubernamental que procura mejorar el estándar de vida de la población, a través de las empresas públicas. La empresa de ferrocarriles del Ecuador, al ser una empresa pública debe cumplir con los objetivos para el buen vivir que se relacionen con sus objetivos institucionales, estatales y que generen bienestar social.

1.7.4 Proyecto de rehabilitación del sistema ferroviario

El 1 de abril del 2008 El Ministerio de Cultura y el Instituto Nacional de Patrimonio cultural (INPC) mediante decreto ministerial, declara como bien perteneciente al Patrimonio Cultural del Estado a la Red Ferroviaria del Ecuador “Monumento Civil y Patrimonio Histórico Testimonial, Simbólico”. El Presidente de la República manifiesta su decisión política a través de los Decretos Ejecutivos de Emergencia Vial y de Patrimonio Cultural, lo que permite emprender acciones y presupuestos para la rehabilitación de la red ferroviaria.

Se define iniciar la gestión con un diagnóstico rápido y de dos líneas de trabajo denominadas; la importante y la urgente.

Se definen tres objetivos:

1. Dinamizar las economías locales por las comunidades donde pasará el tren
2. Recuperar la memoria histórica y el patrimonio del ferrocarril ecuatoriano y,
3. Operar el tren patrimonial de uso turístico más importante de Latinoamérica.

Para lograrlo se necesitaban tres componentes: Infraestructura, desarrollo local a través del turismo y fortalecimiento institucional de la empresa.

En la infraestructura se definió rehabilitar la línea férrea el equipo y las estaciones a través de las estaciones, en cuanto al desarrollo a través del turismo el principal objetivo, es atraer al turista y sobre la base del Plan del Turismo en el país, facilitando productos turísticos patrimoniales y comunitarios, llegando a movilizar anualmente a por lo menos 200.000 turistas nacionales y extranjeros.

El Presidente de la República a través del directorio de la empresa ha denominado este proyecto como emblemático y ha definido el fortalecimiento y creación de los destinos, conversión de los atractivos turísticos a productos turísticos y coordinación con las autoridades locales para que a través de las estrategias se genere empleo, desarrollo económico, cultural y social para lograr el buen vivir de la población.

CAPÍTULO II

2. Estudio del Proyecto

1. FASE CUALITATIVA

2.1 Introducción

Los sistemas ferroviarios han jugado un rol importante en la historia del desarrollo de territorios y consolidación de naciones, promoviendo cambios históricos, llevando nuevas nociones de progreso y permitiendo el transporte masivo de personas y productos. El acceso a transporte masivo, con mayor comodidad y rapidez, logró superar barreras y comunicar a poblaciones, que históricamente habían estado separadas geográficamente. Durante el siglo XX, el avance industrial y construcción de vías férreas que conectaban centro poblados e industriales cambiaron la percepción de distancia y espacio, promoviendo nuevos destinos, mayor comercio y movilidad humana. En la segunda mitad del siglo XX, el crecimiento y desarrollo de ciudades, la explotación de recursos que diversificaron el desarrollo industrial, y el crecimiento de carreteras como medio dominante de transporte terrestre, provocaron la disminución y posterior declive en el uso de las redes ferroviarias.

Sistemas ferroviarios que habían revolucionado territorios y facilitado recursos para el desarrollo de poblaciones, entraron en un proceso de olvido y deterioro. A pesar de que las redes ferroviarias dejaron de ser el medio de transporte dominante, representan actores permanentes en los territorios, siendo testigos y facilitadores de cambios y desarrollo de las poblaciones.

La rehabilitación del ferrocarril en Ecuador, se lo considera como actor transformador del territorio 1923 ferroviarios con atributos que podrían atraer no solamente a personas con un especial interés por los ferrocarriles, sino a residentes y turistas que buscan comprender la historia de un lugar mágico con gran valor cultural.

2.2 Necesidad

En la actualidad existen diversas razones para estudiar todo lo relacionado al turismo del ferrocarril en la ciudad de Riobamba, el propósito fundamental es hacer un aporte a la comunidad y tener lineamientos estratégicos de mercado que ayuden al incremento económico y que esta a su vez impulse la promoción turística y el desarrollo productivo del cantón, generando fuentes de trabajo y mejorando el bienestar de la colectividad del cantón, la relevancia ante la sociedad, es que el ferrocarril como turismo, aporte ingresos económicos con las diferentes rutas y a la vez conozcan los pueblos con sus tradiciones, observando el gran ecosistema que existe en nuestro país, permitiéndoles a los turistas conocer como punto de partida la ciudad de Riobamba para sus diferentes recorridos. Es pertinente proporcionar datos importantes que se acerquen más a la valoración de este medio de transporte, para rescatar la tradición de cada estación y al mismo tiempo brindándole la oportunidad de trabajo a los habitantes de esta ciudad y provincia, mejorando su situación socio-económica y a la vez cultivar nuestras raíces, el respeto y la valoración de este transporte ferroviario, reanimando el turismo en el país tras su rehabilitación. Los trenes turísticos no son al momento un modo de competencia con la transportación en el Ecuador, sin embargo el presente trabajo se justifica ya que dará un giro en la situación socio – económico de la ciudad de Riobamba, como en los demás sectores de la patria, que se constituyen en verdadero atractivo turístico.

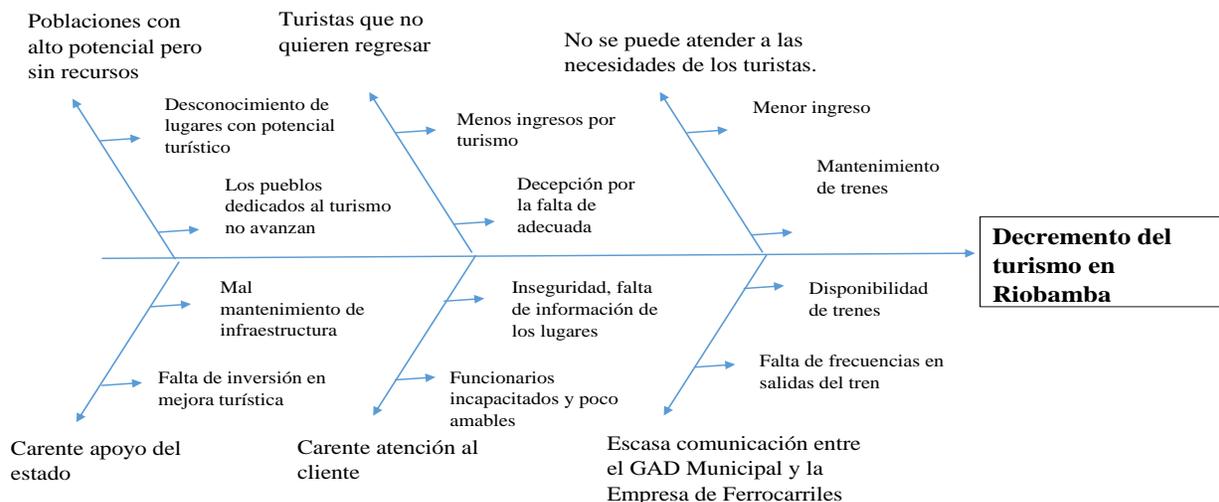
2.3 Propósito

Conocer si el funcionamiento de la Estación del Ferrocarril Ecuatoriano incide en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba.

2.4 Definición del problema

En la actualidad existen diversas razones para estudiar todo lo relacionado al turismo del ferrocarril de la ciudad de Riobamba, que es el nuevo enfoque que se le ha dado. El propósito fundamental es hacer un aporte a la comunidad y tener lineamientos estratégicos de mercado que ayuden al incremento económico y que esta a su vez impulse la promoción turística y el desarrollo productivo del cantón, generando fuentes de trabajo y mejorando el bienestar de la colectividad del cantón. La relevancia ante la sociedad, es que el ferrocarril como turismo, aporte ingresos económicos con las diferentes rutas.

2.4.1 Diagrama de Ishikawa



2.5 Objetivos

2.5.1 Objetivo General

Analizar el impacto de la actividad turística generada por el tren y su incidencia en el desarrollo socio-económico en la ciudad de Riobamba.

2.5.2 Objetivos específicos

- Determinar el rango de edad de los turistas y su afluencia de visitas a la ciudad de Riobamba.
- Conocer el promedio de gasto que realiza el turista en la ciudad de Riobamba.
- Determinar si las ventas que realizan los establecimientos comerciales han hecho que se incremente en su capital.

2.6 Hipótesis

2.6.1 Hipótesis 1

El 45% de las actividades económicas de la ciudad de Riobamba creen que la actividad del Ferrocarril les ayuda a mantener sus negocios.

2.6.2 Hipótesis 2

El 45% de las actividades económicas de la ciudad de Riobamba no creen que la actividad del Ferrocarril les ayude a mantener sus negocios.

2.7 Ética del investigador

El investigador debe tener principios éticos, donde deberá transmitir confianza en cada uno de los datos académicos que se obtendrán de la presente investigación, donde se podrá crear un plan de marketing que permitirá fortalecer el problema planteado.

2.8 FASE METODOLÓGICA

2.8.1 Tipos de información y técnicas de investigación científica

Descriptiva, Exploratoria Causal y Concluyente

El estudio planteado se realizará utilizando la investigación descriptiva, con la finalidad de conocer las conductas de consumidores y turistas que acuden a la ciudad de Riobamba, utilizando una encuesta, la cual será de ayuda para conocer y determinar si existen falencias de la promoción turística a través de la actividad del Ferrocarril. Dicha encuesta servirá para la verificación de las hipótesis planteadas con anterioridad.

Gracias a la investigación descriptiva se podrá analizar el comportamiento de las actividades económicas, mediante la observación directa.

INVESTIGACION UTILIZADA

Cualitativa

Encuesta= Investigación descriptiva

Cuantitativa

La información de la investigación será recolectada mediante el apoyo de fuentes primarias y secundarias. Según Mantilla 2015, manifiesta que “La fuente de datos secundarios, son todas aquellas que guardan relación con el tema de investigación, sin embargo, no han sido halladas por el investigador, su origen procede de investigaciones anteriores” (Mantilla, 2015, pág. 74)

Por lo cual los artículos científicos, tesis de pregrado y postgrado, libros e informes que se encuentran en la web, han resultado útiles en el desarrollo del estudio, contribuyendo al reforzamiento del problema principal.

Por otro lado, la investigación de campo o en el lugar mediante la encuesta ha recabado datos primarios sobre la variable dependiente (plan de marketing) y la variable independiente (promoción turística).

2.8.2 Técnicas de muestreo

Para la investigación se utilizará el muestreo probabilístico estratificado, el cual permite cubrir el universo de estudio y de esta forma ampliar la exactitud y determinar el error de estimación.

Los elementos muestrales son de gran extensión y no poseen las mismas características, por ello la ubicación territorial permitirá tomar en cuenta a los establecimientos de la ciudad de Riobamba.

2.8.3 Población

Para efectos de la recolección de la información se tomará una muestra de las actividades económicas de la ciudad de Riobamba. El tamaño de la muestra se estimó a partir de los registros existentes en el Ministerio de Turismo Zonal 3, en esta zona de la Ciudad Riobamba se registran 628 actividades económicas, de las cuales, 235 fueron consultados.

2.8.4 Tamaño de la Muestra

Es una guía para obtener datos de importancia que beneficien a la actividad económica en la zona centro de la ciudad de Riobamba.

El tamaño de la muestra se estimó a partir de los registros existentes en el Ministerio de Turismo, Zonal 3; mediante el sistema de fórmula de poblaciones finitas con la utilización de la siguiente fórmula.

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

n= tamaño de la muestra.

Z²= margen de confiabilidad para este caso: 95% de confiabilidad, Z=1.96

e²= error de estimación de la media de la muestra respecto a la población (se espera 5% o 0.05)

P= Población a favor 50%

Q= Población en contra 50%

N= tamaño de la población (N= 628 actividades económicas de Riobamba).

$$n = \frac{60288}{253} = 238 \text{ Establecimientos.}$$

Esto significa que se necesita una muestra de 238 para realizar la encuesta.

2.8.5 Muestreo Aleatorio Estratificado

En mi investigación está enfocada al área urbana por lo que requiere la técnica de muestreo Muestreo Estratificado.

NH1= Alojamiento 73

NH2= Recreación y diversión 173

NH3= Alimentación 352

NH4= Agencias de Viajes 30

2.8.6 Diseño de la Información y Fuentes de Información

En cuanto a la investigación de campo realizada fue justamente diseñada para el segmento de mercado que se desea alcanzar, con el fin de conocer el desarrollo económico del sector.

$$NH1 = n = \frac{NH1}{N} = 28$$

$$NH2 = n = \frac{NH2}{N} = 66$$

$$NH3 = n = \frac{NH3}{N} = 135$$

$$NH4 = n = \frac{NH4}{N} = 11$$

2.8.7 Matriz Operacional de Variables para clientes

Tabla 1

Matriz Operacional de Variables de Escala

No.	PREGUNTAS	ALTERNATIVAS DE RESPUESTA	MEDIDAS DE ESCALA	OBJETIVOS
1	¿Qué tipo de servicio presta su establecimiento?	Alojamiento Recreación y diversión Alimentación Agencias de viajes	Nominal	Objetivo general
2	¿Qué tipo de turistas son los clientes que acuden a su establecimiento?	Ecuatoriana Extranjera	Nominal	Objetivo general Continúa →

		De acuerdo		
3	¿Cree que la publicidad emitida por parte del GAD de Riobamba, en base a los productos y servicios tiene influencia para su consumo?	Totalmente de acuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo	Nominal	Objetivo general
		Hojas volantes Prensa escrita		
4	¿Por qué medio le gustaría que se promocióne a la ciudad de Riobamba?	Radio Web E- mail TV Vallas Publicitarias	Nominal	Objetivo general
5	¿Cuál es el rango de edad que tienen sus clientes?	De 15 a 25 años De 26 a 35 años De 36 a 45 años De 46 a 56 años Más de 56 años	Razón	Objetivo No. 1
6	Indique por favor su valoración de la ciudad de Riobamba, como destino turístico:	Excelente Buena Regular	Intervalo	Objetivo No. 2
7	Indique cuál es el período de atención en su establecimiento:	Todo el año Temporada alta Ferias y eventos Otros..	Nominal	Objetivo No. 1
8	Cómo considera usted, la afluencia de visitas a la ciudad de Riobamba:	Abundante Regular Poca	Nominal	Objetivo No. 1
9	¿Considera usted que el nivel de ventas de su establecimiento, se ha incrementado a raíz de la	Nada Poco Mucho	Nominal	Objetivo No. 3 Continúa →

	rehabilitación del tren en la ciudad de Riobamba?	Indistinto		
10	¿Considera usted que existe una planificación entre los Organismos de Turismo y los establecimientos turísticos de la ciudad de Riobamba?	Si	Nominal	Objetivo General
		No		
		Desconozco	Razón	
11	¿En promedio, cuánto consumen en su permanencia el turista en su establecimiento?	De 1 a 30 USD		
		De 31 a 60 USD		
		De 61 a 90 USD		
		Más de 90 USD		Objetivo No. 2

Fuente: Elaboración Propia

2.8.8 Modelo de la Encuesta

La encuesta fue elaborada con el fin de observar detalladamente lo que el segmento de mercado comprendido entre los 15 y 65 años en adelante piensa, para conocer en cuanto al sector si la Actividad del Ferrocarril influye en el desarrollo socioeconómico y qué necesita este mercado para satisfacer sus necesidades y requerimientos, posteriormente analizar y evaluar, encontrando una oportunidad para mejorar su desarrollo económico.

De antemano, reitero mi agradecimiento por su colaboración para responder esta encuesta. A continuación, le presento una guía con instrucciones para resolver el cuestionario.

Instrucciones:

- Tómese su tiempo para responder cada pregunta
- Escoja una sola opción por pregunta.
- Marque con una X en la casilla que crea conveniente

*Le aseguramos que toda la información brindada será analizada de forma confidencial y utilizada con fines netamente académicos.

1. ¿Qué tipo de servicio presta su establecimiento?

Alojamiento

Recreación y diversión

Alimentación

Agencias de viajes

2. ¿Cree que la publicidad emitida por parte del GAD de Riobamba, en base a los productos y servicios tiene influencia para su consumo?

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

3. ¿Qué tipo de turistas son los clientes que acuden a su establecimiento?

Ecuatoriana

Extranjera

4. ¿Por qué medio le gustaría que se promocióne a la ciudad de Riobamba?

Hojas volantes

Prensa escrita

Radio

Web

E- mail

TV

Vallas Publicitarias

5. ¿Cuál es el rango de edad que tienen sus clientes?

De 15 a 25 años

De 26 a 35 años

De 36 a 45 años

De 46 a 56 años

Más de 56 años

6. Indique por favor su valoración de la ciudad de Riobamba, como destino turístico:

Excelente

Buena

Regular

7. Indique cuál es el período de atención en su establecimiento:

Todo el año

Temporada alta

Ferías y eventos

Otros.

8. Cómo considera usted, la afluencia de visitas a la ciudad de Riobamba:

Abundante

Regular

Poca

9. ¿Considera usted que el nivel de ventas de su establecimiento, se ha incrementado a raíz de la rehabilitación del tren en la ciudad de Riobamba?

Nada

Poco

Mucho

Indistinto

10. ¿Considera usted que existe una planificación entre los Organismos de Turismo y los establecimientos turísticos de la ciudad de Riobamba?

Si

No

Desconozco

11. ¿En promedio cuánto consumen en su permanencia, el turista en su establecimiento?

De 1 a 30 USD

De 31 a 60 USD

De 61 a 90 USD

Más de 90 USD

Muchas gracias

CAPITULO III

3 ANALISIS UNIVARIADO

3.1 Tabulación y Análisis de Resultados

1. Tipo de servicio

QUÉ TIPO DE SERVICIO PRESTA SU ESTBLACIMIENTO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALOJAMIENTO	60	25,1	25,2	25,2
	RECREACION Y DIVERSION	75	31,4	31,5	56,7
	ALIMENTACION	92	38,5	38,7	95,4
	AGENCIAS DE VIAJES	11	4,6	4,6	100,0
	Total	238	99,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,4		
Total		239	100,0		

Análisis: De doscientos treinta y ocho encuestados de los cuales fueron hombres y mujeres.

La población indican el tipo de servicio de ofrecen donde el 25.1% son establecimientos que prestan servicios de alojamiento, un 31.4% recreación y diversión, el 38.5% ofrecen servicio de alimentación, y un 4.6% son Agencias de viajes. Lo que contribuye a una

alternativa que puede llegar a cubrir las necesidades de los turistas que visitan la ciudad de Riobamba.

2. Publicidad

CREE QUE LA PUBLICIDAD EMITIDA POR PARTE DEL GAD DE RIOBAMBA, EN BASE A LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS TIENE INFLUENCIA PARA SU CONSUMO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DE ACUERDO	120	50,2	50,4	50,4
	TOTALMENTE DE ACUERDO	35	14,6	14,7	65,1
	EN DESACUERDO	83	34,7	34,9	100,0
	Total	238	99,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,4		
Total		239	100,0		

Análisis: Entre la población encuestada se encontró que el 50.2% de los encuestados están de acuerdo con respecto a la calificación de la publicidad difundida por parte del GAD Municipal de Riobamba en cuanto a servicios y productos turísticos, por un 34.7% en el rango de totalmente de acuerdo la calificación de la publicidad. Y solo un 14.6% del total 100% de los encuestados estuvieron en desacuerdo con la difusión de la publicidad.

Se ha observado que la imagen que se proyecta a los turistas en la ciudad de Riobamba tiene una buena aceptación obteniendo el 50.24% considerando que en su mayoría sostiene que se trabaja por la ciudad en el aspecto de promoción turística.

3. Tipo de turistas

QUÉ TIPO DE TURISTA SON SUS CLIENTES QUE ACUDEN A SU ESTABLECIMIENTO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ECUATORIANA	189	79,1	79,4	79,4
	EXTRANJERA	49	20,5	20,6	100,0
	Total	238	99,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,4		
Total		239	100,0		

Análisis: En la gráfica se observa que el 79.1% de encuestados manifiestan que sus clientes son turistas nacionales y un 20.5% extranjeros por lo que se puede considerar que según las encuestas realizadas indican que el atractivo turístico visitado en nuestro país es hermoso sin embargo falta atraer más al turista extranjero difundiendo la información de los productos y servicios que ofrecen los diferentes establecimientos de la ciudad de Riobamba.

4. Promoción

POR QUÉ MEDIO LE GUSTARÍA QUE SE PROMOCIONE A LA CIUDAD DE RIOBAMBA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	PRENSA ECRITA	8	3,3	3,4	3,4
	RADIO	5	2,1	2,1	5,5
	WEB	95	39,7	39,9	45,4
	E-MAIL	20	8,4	8,4	53,8 Continúa →

	TV	80	33,5	33,6	87,4
	VALLAS PUBLICITARIAS	30	12,6	12,6	100,0
	Total	238	99,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,4		
Total		239	100,0		

Análisis: Con respecto a promoción que desean se realice de la ciudad de Riobamba, se encontró que el 39.7% de los encuestados prefieren que sea vía Web, seguido de un 33.5% están de acuerdo en la promoción a través de la TV, el 12.6% prefiere las Vallas publicitarias, el 8.4% les interesa recibir información vía E-mail, mientras que el 3.3% tuvieron una opinión sobre promocionar en la prensa escrita y sólo el 2.1% esperan recibir información escuchando la radio.

5. Edad

CUÁL ES EL RANGO DE EDAD QUE TIENEN SUS CLIENTES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DE 15 A 25 AÑOS	70	29,3	29,4	29,4
	DE 26 A 35 AÑOS	40	16,7	16,8	46,2
	DE 36 A 45 AÑOS	55	23,0	23,1	69,3
	DE 46 A 56 AÑOS	35	14,6	14,7	84,0
	MAS DE 56 AÑOS	38	15,9	16,0	100,0
	Total	238	99,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,4		
Total		239	100,0		

Análisis: Entre la población encuestada se encontró que el 29.3% de los encuestados tienen una edad de entre 15 a 25 años quienes prefieren acudir a bares, cafeterías y

lugares de recreación, seguido de un 23% de 36 a 45 años quienes se convierten en potenciales clientes a la hora de adquirir productos en la zona turística , el 16.7% indica tener entre 26 a 35 años, el 15.9% son mayores de 56 años un 14.6% tiene una edad promedio de entre 46 a 56 años de edad, quienes prefieren visitar los atractivos turísticos.

6. Valoración

INDIQUE POR FAVOR SU VALORACIÓN DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, COMO DESTINO TURÍSTICO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	EXCELENTE	18	7,5	7,6	7,6
	BUENA	220	92,1	92,4	100,0
	Total	238	99,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,4		
Total		239	100,0		

Análisis: Entre la población encuestada se encontró que el 92.1% de los encuestados tenían una opinión de buena, con respecto a la valoración de la ciudad de Riobamba como destino turístico, por qué mencionan haber sido guiado por lugares seguros y no tener índices de violencia, mientras que un 7.5% tuvieron una opinión de excelente.

Según las encuestas realizadas indican que la ciudad de Riobamba está considerada como un atractivo turístico por la actividad del ferrocarril y la variedad de lugares que se pueden visitar.

7. Período de atención

INDIQUE CUAL ES EL PERÍODO DE ATENCIÓN DE SU ESTABLECIMIENTO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TODO EL AÑO	133	55,6	55,9	55,9
	TEMPORADA ALTA	80	33,5	33,6	89,5
	FERIAS Y EVENTOS	22	9,2	9,2	98,7
	OTROS	3	1,3	1,3	100,0
	Total	238	99,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,4		
Total		239	100,0		

Análisis: Entre la población encuestada se encontró que el 55.6% de los establecimientos turísticos atiende durante todo el año, el 33% de los encuestados indica atender durante la temporada alta, como son fiestas de Riobamba, navidad y carnaval, sin embargo un 9.2% atiende durante ferias y eventos, y un 1.3%% ofrecen sus productos y servicios en diferentes ocasiones del año.

Lo que comprueba mi hipótesis, que más del 45% sí creen que la reactivación del Ferrocarril incrementa su actividad económica.

8. Afluencia

**CÓMO CONSIDERA USTED, LA AFLUENCIA DE VISITAS A LA
CIUDAD DE RIOBAMBA**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	REGUALR	81	33,9	34,0	34,0
	POCA	157	65,7	66,0	100,0
	Total	238	99,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,4		
Total		239	100,0		

Análisis: Entre la población encuestada se encontró que el 65.7% de los encuestados tenían una opinión que es poca con respecto a la afluencia de visitas a la ciudad de Riobamba, lo cual en su mayoría son turistas nacionales mientras que el 33.9% indica que de manera regular visitan los atractivos turísticos de la ciudad de Riobamba.

9. Nivel de ventas

**CONSIDERA USTED QUE EL NIVEL DE VENTAS DE SU
ESTABLECIMIENTO, SE HA INCREMENTADO A RAÍZ DE LA
REHABILITACIÓN DEL TREN EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	POCO	65	27,2	27,3	27,3
	MUCHO	170	71,1	71,4	98,7
	INDISTINTO	3	1,3	1,3	100,0
	Total	238	99,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,4		
Total		239	100,0		

Análisis: Entre la población encuestada se encontró que el 71.1% de los encuestados tenía una opinión de que la rehabilitación del tren en la ciudad de Riobamba ha contribuido a que mejore mucho su nivel de ventas, un 27.2 indica que ha mejorado poco en el nivel de sus ventas y sólo el .3% manifiesta que no afecta la actividad del Ferrocarril en su actividad económica.

10. Planificación

CONSIDERA USTED QUE EXISTE UNA PLANIFICACIÓN ENTRE LOS ORGANISMOS DE TURISMO Y LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	173	72,4	72,7	72,7
	NO	7	2,9	2,9	75,6
	Desconozco	58	24,3	24,4	100,0
	Total	238	99,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,4		
Total		239	100,0		

Análisis: Según las encuestas realizadas indican que el 72.4% si consideran que existe una planificación entre los organismos de turismo y los establecimientos turísticos de la ciudad de Riobamba sin embargo el 24.3% desconoce si los organismos de turístico están trabajando conjuntamente en la planificación con los establecimientos turísticos y sólo un 2.9% no considera que se planifique de manera conjunta.

11. Promedio

**EN PROMEDIO, CUÁNTO CONSUMEN EN SU PERMANENCIA EL
TURISTA EN SU ESTABLECIMIENTO**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 A 30 USD	50	20,9	21,0	21,0
	31 A 60 USD	70	29,3	29,4	50,4
	61 A 90 USD	98	41,0	41,2	91,6
	MÁS DE 90 USD	20	8,4	8,4	100,0
	Total	238	99,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,4		
Total		239	100,0		

Análisis: La población encuestada indican que el 41% de sus clientes consumen entre 61 a 90USD, seguido del 29.3% con valores de entre 31 a 60 USD, el 20.9% de sus clientes consumen entre 1 a 30 USD y el 8.4% superan los 90 USD en consumos.

CAPITULO IV

4 PROPUESTA: MEJORAMIENTO DE LA OFICINA DE ATENCIÓN TURÍSTICA EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA.

Fundamentación, la presente propuesta se fundamenta en los siguientes aspectos:

4.1 Fundamentación educativa

Para favorecer en la formación educativa a todos los actores del sistema turístico como son habitantes donde los niños, jóvenes son los encargados de hacer conocer a los turistas las áreas de influencia turística que tiene Riobamba y sus alrededores, mientras que los trabajadores deberán dar un mejor servicio y atención a los turistas y por último los turistas recorriendo y conociendo los lugares como Centro histórico, museos, lugares artesanales, etc.

4.2 Fundamentación social

Esta consiste en un involucramiento total entre los partícipes del sector turístico, a través del emprendimiento y generación de nuevos negocios turísticos que generen conocimiento de los atractivos del sector y por ende un reconocimiento económico.

4.3 Fundamentación de la sustentabilidad

Determinar una conciencia ecológica en la población chimboracense, así como en los turistas que visiten nuestros sectores donde a través del aprovechamiento responsable de los recursos naturales exista el respeto y conservación de nuestros ecosistemas, a través de la educación ambiental.

4.4 Fundamentación Turística

Este radica en tres pilares de sostenibilidad que determina el sector ambiental, social y económico garantizando el equilibrio entre estos tres factores, mismos que deberán tomar en consideración el turismo visitante a nuestra provincia y cantón.

4.5 Objetivo

Desarrollar una cultura turística, a través de las fundamentaciones en los funcionarios del iTUR Riobamba, así como en la población riobambeña.

El desarrollo local necesita que los funcionarios del iTUR de Riobamba conozcan y difundan la información turística de manera adecuada, que permita llegar a un pico alto junto con la rehabilitación de la actividad ferroviaria, en una dinámica social entre as empresas comunitarias, privadas y la comunidad.

La sistematización de la experiencia de desarrollo local reconstruye la experiencia tal y como se desarrolló y responde a preguntas que aportan a:

- Reflexionar y aprender de la práctica
- Enriquecerla y reaccionar la acción
- Extraer conocimiento

La planificación turística y de infraestructura de la rehabilitación y operación del tren se están incorporando en las planificaciones de gestión de los gobiernos autónomos descentralizados, como ejemplo están los municipios de Quito, Milagro, Mejía, Chimborazo y las prefecturas del Guayas, entre otros.

A partir de ello, se ha generado una asociación comercial con más de 150 operadoras turísticas nacionales, internacionales y comunitarias.

Se propone realizar un diagnóstico sobre el desarrollo económico del sector, a través de la producción en el sector que más potencialidad tenga, y se mantenga como una opción generadora de empleo y de emprendimientos.

El desarrollo socio cultural, de manera integral, no tiene que ir solo porque aparentemente se pierde, esto generalmente se ha confundido como desarrollo local, y considero que tiene que ir de la mano con el desarrollo económico.

Romper paradigmas e intereses particulares y egoístas, en la gestión pública o privada porque es importante no tener miedo al cambio ya que, si buscamos nuevos resultados, muy difícilmente podremos avanzar en nuevos resultados para el futuro, no será con la forma de gestión del pasado. Para todo esto se evidencia a través del método GAP.

4.6 MÉTODO GAP

Es un modelo que utiliza el tiempo como factor de medición, partiendo de una situación presente, hacia una situación futura que la empresa desea alcanzar, por lo cual se implementarán una serie de acciones con la finalidad de cerrar brechas, solucionar problemas y alcanzar objetivos.

Para la realización del método mencionado, la organización debe responder las siguientes preguntas: ¿Dónde se encuentra?, ¿Hacia dónde se dirige según la tendencia del mercado?, ¿A dónde desearía llegar?, ¿A dónde debería llegar?, finalmente la delimitación de un objetivo, de marketing, productividad, innovación, recursos humanos y de responsabilidad social.

4.6.1 Objetivos de Marketing

Tabla 2

Objetivos del Marketing

OBJETIVO DE MARKETING		
PASO	MERCADO	EMPRESA
¿DÓNDE ESTAMOS?	Esta actividad representa el 3% del Producto Interno Bruto (PIB) de los países de América y se estima que por cada empleo directo en turismo se generan 1,6 empleos indirectos.	En la ciudad de Riobamba la actividad turística se ve favorecida con la Estación del Ferrocarril y representa un potencial atractivo turístico.
¿A DÓNDE VAMOS SEGÚN LA TENDENCIA?	El Ministerio de Turismo desarrolla estrategias de promoción nacional e internacional del destino turístico Ecuador, encuentros empresariales, capacitación turística y otros, para fortalecer y fomentar el turismo en el país, una de estas acciones es el Primer Encuentro Empresarial Turístico que se desarrollará en Guayaquil el 23 y 24 de octubre, en el Hotel Oro Verde de esa ciudad.	La estrategia es desarrollar una cultura turística, impartiendo talleres sobre desarrollo turístico y su promoción, que permita identificar un mismo objetivo de manera social.
¿A DÓNDE QUISIÉRAMOS LLEGAR?	Ser considerada como una ciudad de destino turístico.	
¿A DÓNDE DEBERÍAMOS LLEGAR?	Llegar a ser la reconozca como una de las ciudades principales.	
OBJETIVO	Fomentar la comunicación turística entre los organismos de turismo, la comunidad, hacia los turistas nacionales y extranjeros que visitan nuestra ciudad.	

4.6.2 Objetivos de Productividad

Tabla 3

Objetivos de Productividad

OBJETIVO DE PRODUCTIVIDAD		
PASO	MERCADO	EMPRESA
¿DÓNDE ESTAMOS?	El Ecuador está constituido por ciudades consideradas como destinos turísticos potenciales y generadores de ingresos económicos.	Se han creado productos y subproductos complementarios del tren que administran las comunidades, con agrupaciones organizadas bajo las políticas de calidad de la Empresa Pública de Ferrocarriles.
¿A DÓNDE VAMOS SEGÚN LA TENDENCIA?	El turismo es un importante motor de la economía de Ecuador. En el contexto internacional, el sector turístico aporta con el 9,8% del PIB, empleando a una de cada 11 personas en el planeta, lo que equivale en promedio a 277 millones de personas, según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo.	La ciudad de Riobamba aún no se encuentra reconocida como destino turístico, sin embargo, tiene un enfoque cultural que pretende fortalecer.
¿A DÓNDE QUISIÉRAMOS LLEGAR?	Incrementar emprendimientos que dinamicen la actividad económica de la ciudad.	
¿A DÓNDE DEBERÍAMOS LLEGAR?	Fomentar la promoción turística de la ciudad para atraer más turistas.	
OBJETIVO	Implementar estrategias publicitarias y de comunicación para atraer a turistas potenciales e incrementar la economía.	

4.6.3 Objetivos de Innovación

Tabla 4

Objetivos de Innovación

OBJETIVO DE INNOVACIÓN		
PASO	MERCADO	EMPRESA
1.- ¿DÓNDE ESTAMOS?	Existen ciudades como Cuenca consideradas como patrimonio cultural de la humanidad, que constantemente desarrollan eventos culturales que potencializa su desarrollo.	En la Plaza Alfaro ubicada en la Estación del Ferrocarril, actualmente se realizan ferias artesanales donde participan artesanos y comerciantes de la localidad.
2.- ¿A DÓNDE VAMOS SEGÚN LA TENDENCIA?	Ser ciudades organizadas en el aspecto turístico.	Se pretende incrementar los fines de semana, eventos culturales como danza y arte que permitan fomentar la actividad turística en el sector.
3.- ¿A DÓNDE QUISIÉRAMOS LLEGAR?	Ser una ciudad activa en eventos culturales	
4.- ¿A DÓNDE DEBERÍAMOS LLEGAR?	Utilizar una planificación anual de eventos culturales en la Explanada del ferrocarril conocida como Plaza Alfaro.	
OBJETIVO	Implementar estrategias de comunicación involucrando a todos los grupos de danza y elaborar un cronograma de participación.	

4.6.4 Objetivos de Recursos Humanos

Tabla 5

Objetivos de Recursos Humanos

OBJETIVO DE RECURSOS HUMANOS		
PASO	MERCADO	EMPRESA
1.- ¿DÓNDE ESTAMOS?	El Plan de Desarrollo Turístico Nacional fue presentado este viernes 11 de mayo por el Gobierno Nacional. Esta iniciativa tiene el objetivo de impulsar y fomentar el desarrollo turístico en el Ecuador.	Se mantiene un enfoque de participación conjunta con el sector público y privado en el desarrollo del turismo comunitario.
2.- ¿A DÓNDE VAMOS SEGÚN LA TENDENCIA?	Se busca la atracción de inversión extranjera. El Ministerio de Turismo aspira a cumplir su meta del 1x1, que significa un turista por cada ecuatoriano.	Se proyecta formar una cultura turística en la localidad para que se pueda incrementar la visita de los turistas.
3.- ¿A DÓNDE QUISIÉRAMOS LLEGAR?	El turismo en el Ecuador busca ser la primera fuente de divisas no petroleras, así, el 2017 el país cerró sus acciones con cifras destacables para esta actividad, el turismo receptivo creció un 14% (1'617.914) con respecto al 2016, y se registró 490.385 empleos directos e indirectos.	
4.- ¿A DÓNDE DEBERÍAMOS LLEGAR?	Con la actividad turística permitirá generar fuentes de empleo y crecimiento económico, para dinamizar la economía nacional vinculando y respetando la inclusión social, los derechos humanos y a la naturaleza.	
OBJETIVO	Realizar capacitaciones y talleres al personal del iTUR Riobamba, sobre el desarrollo turístico, entre otros. Con el fin de lograr la satisfacción plena de las necesidades de los turistas que nos visiten.	

4.6.5 Objetivos de Responsabilidad Social

Tabla 6

Objetivos de Responsabilidad Social

OBJETIVO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL		
PASO	MERCADO	EMPRESA
1.- ¿DÓNDE ESTAMOS?	Además, se realizó la conformación de la Mesa Académica de Turismo, activación de la mesa de seguridad turística y bienestar turístico, diseño de la Guía “Ecuador Destino Seguro”, desarrollo de la metodología de Jerarquización de Atractivos Turísticos y Desarrollo de Destinos Turísticos, modelo de gestión turística en Áreas protegidas, talleres de turismo inclusivo con 30 personas en Quito y desarrollo de un mapa Gastronómico de Ecuador.	Se han creado programas que benefician a la comunidad, como guías turísticos nativos que dan una reseña real y pintoresca a imagen del turista.
2.- ¿A DÓNDE VAMOS SEGÚN LA TENDENCIA?	El trabajo en este eje busca que los ecuatorianos disfruten y recorran el país de los cuatro mundos los 365 días del año. Para el logro de este objetivo se ha realizado la gestión en el desarrollo de destinos, plan de turismo comunitario y rural, plan de desarrollo gastronómico, oferta de destinos & nichos de productos, capacitación y calidad turística.	Se intenta fomentar un turismo educativo, en la localidad.
3.- ¿A DÓNDE QUISIÉRAMOS LLEGAR?	Se trata de un proyecto de promoción enfocado al turismo interno, que cuenta con el respaldo tanto de instituciones públicas como de la industria turística del país (sector hotelero, líneas aéreas, transporte turístico, entre otros), que busca generar una reacción inmediata y a corto plazo de los 16 millones de ecuatorianos, para que viajen los 365 días del año.	
4.- ¿A DÓNDE DEBERÍAMOS LLEGAR?	A través de la participación de los empleados y funcionarios y aporten con el conocimiento turístico del cantón y de la provincia para una capacidad de dar información turística.	
OBJETIVO	Lograr que los funcionarios del iTUR Riobamba se conviertan en promotores turísticos.	

Propuesta Objetivo - CURSO TALLER

Objetivo: Impartir un taller con información relevante al desarrollo turístico, y su promoción.

Elaboración de una planificación institucional en el que se tendrá control sobre el cumplimiento de metas, para ello se deberá organizar y ejecutar un taller conjuntamente con las universidades UNACH y ESPOCH con información actualizada sobre el desarrollo turístico en el Ecuador, y se pueda fortalecer la cultura Turística.

Promover el desarrollo turístico educativo con las y los estudiantes de la carrera de Ecoturismo y Administración Turística, de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y la Universidad Nacional de Chimborazo, quienes a su vez serán los portavoces de la información a los turistas.

CAPÍTULO V

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Se puede observar que de la población investigada el 65.7% de los encuestados tienen una opinión que la visita de turistas a Riobamba es poca, considerando que no se tiene una oficina adecuada de información al turista.

El método GAP determina dónde estamos y a dónde deberíamos llegar en las cinco dimensiones de la mercadotecnia.

La principal conclusión que podemos mencionar es que la rehabilitación del ferrocarril definitivamente Sí genera desarrollo económico a las comunidades por donde pasa el tren y por consiguiente a los negocios de la ciudad de Riobamba.

Como última conclusión el tren genera fuentes de empleo y mejora la calidad de vida de la población de Riobamba.

5.2 RECOMENDACIONES

El ITUR de Riobamba debería considerar la poca afluencia de turistas estableciendo estrategias turísticas en beneficio de la ciudad.

Aplicar el método GAP y la propuesta en este proyecto si así lo considera la oficina ITUR de Riobamba.

El GAD Municipal de Riobamba realice gestión turística, en beneficio de la ciudad y de la actividad ferroviaria, para que genere mayor número de empleos y suba el nivel económico de los establecimientos comerciales turísticos del lugar.

5.3 Bibliografía

(Ecuador, M. d. El boletín de estadísticas turísticas, 2009-2013)

(Benavides, Plan nacional de competitividad turística, 2012)

((SIIT-DMQ), 2013)

(ZAMKE, 1986)

(Normalización, 2016)

(Nacional, 2008)

(Normalización), 2015)

(Estatuto orgánico de gestión organizacional por procesos de la Empresa Pública Ferrocarriles del Ecuador, s.f.)

(Turismo, 2013)

ANEXOS