



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

Pillajo Vaca, Brenda Alexandra

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Licenciatura en Turismo

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

Ing. Palomino Siza, Luis Benigno

24 de febrero de 2023

Latacunga

Proyecto UIC Pillajo Brenda

3%
 Similitudes

2% Texto entre comillas
 < 1% similitudes entre comillas
0% Idioma no reconocido

 Nombre del documento: Proyecto UIC Pillajo Brenda.pdf
 ID del documento: b8829c4579c990f19ccbdd082617261bb2ce9285
 Tamaño del documento original: 2,56 Mo

 Depositante: LUIS BENIGNO PALOMINO SIZA
 Fecha de depósito: 13/2/2023
 Tipo de carga: interface
 fecha de fin de análisis: 13/2/2023

 Número de palabras: 30.283
 Número de caracteres: 197.976

Ubicación de las similitudes en el documento:

Fuentes

Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 www.redalyc.org Análisis del emprendimiento turístico en Ecuador y su impacto e... https://www.redalyc.org/journal/6538/653868372006/movil/ 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (87 palabras)
2	 portal.amelica.org Estrategias de emprendimiento para el turismo comunitario http://portal.amelica.org/ameli/fatsRepo/105/1051316028.html#redalyc_1051316028_ref25 2 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (85 palabras)
3	 emprendoreficiente.com ▷ Emprendedor Turístico: Qué es, características y eje... https://emprendoreficiente.com/emprendedor-turistico-que-es-caracteristicas-y-ejemplos/#:~:text=... 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (58 palabras)
4	 localhost Análisis del impacto socioeconómico que genera la ruta del hielo I de la e... http://localhost:8080/xmlui/bitstream/3317/15279/3/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-587.pdf.txt 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (54 palabras)
5	 www.revistacienciasociales.ucr.ac.cr https://www.revistacienciasociales.ucr.ac.cr/images/revistas/RCS171/11-GOMEZ171.pdf	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (41 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 1library.co EVALUACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS - Diseño de una ruta de agrot... https://1library.co/articulo/evaluacion-productos-turisticos-diseño-ruta-agroturismo-zonas-interven-y-4w...	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (40 palabras)
2	 segovia16.blogspot.com Filosofía de la ciencia: El razonamiento inductivo y deduct... https://segovia16.blogspot.com/2017/03/el-razonamiento-inductivo-y-deductivo.html	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (31 palabras)
3	 dspace.esPOCH.edu.ec DSpace ESPOCH.: Diseño de una ruta de agroturismo en las ... http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/4702	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (40 palabras)
4	 repositorio.espam.edu.ec Modelo de emprendimiento para el desarrollo del turis... http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/1116/4/TTT23.pdf.txt	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (33 palabras)
5	 www.turismo.gob.ec https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2022/05/informe_de_segguimiento_diciembre_2021-si...	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (26 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

-  <https://www.unicaaja.es/resources/1319798719449.pdf>
-  <https://rebelion.org/el-cierre-del-ferrocarril>
-  <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/EI-proyecto>
-  <https://www.icmujeres.gob.mx/wp>
-  <https://gsosa61.files.wordpress.com/2015/11/proceso-metodologico-en-la>



Ing. Palomino Siza Luis Benigno

C.C.: 1716550676

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 II y su incidencia en los emprendimientos turísticos”** fue realizado por la señorita **Pillajo Vaca, Brenda Alexandra**; 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 analizado 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. Palomino Siza Luis Benigno
C.C.: 1716550676



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Turismo

Responsabilidad de autoría

Yo, **Pillajo Vaca, Brenda Alexandra**, con cédula de ciudadanía n° 1719592483, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de integración curricular **“Evaluación de la ruta turística Tren del Hielo II y su incidencia en los emprendimientos turísticos”** es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE sede Latacunga, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Latacunga, 24 de febrero de 2023



Pillajo Vaca, Brenda Alexandra

C.C.: 1719692483



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Turismo

Autorización de publicación

Yo, **Pillajo Vaca, Brenda Alexandra**, con cedula de ciudadanía nº 1719592483, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE sede Latacunga, publicar el trabajo de integración curricular **“Evaluación de la ruta turística Tren del Hielo II y su incidencia en los emprendimientos turísticos”** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.

Latacunga, 24 de febrero de 2023

Pillajo Vaca, Brenda Alexandra

C.C.: 1719692483

Dedicatoria

Quiero dedicar este trabajo a Dios por siempre guiar mi camino, por llenarme de múltiples bendiciones y permitirme cumplir uno de mis más grandes sueños; a mi madre Consuelo por brindarme todo su amor y apoyo incondicional a lo largo de este complicado camino, por jamás abandonarme y aguantar mi mal carácter como resultado del estrés estudiantil, por siempre darme ánimos para alcanzar mis metas y por nunca haber soltado mi mano; a mi padre Maximiliano por motivarme a ser mejor persona todos los días, por estar a mi lado pese a cualquier situación, por la paciencia, el soporte y el amor que me ha dedicado toda la vida, por cuidar de cada paso que doy y por enseñarme que sin sacrificio no hay gloria; a mis hermanos quienes demuestran estar para mí incondicionalmente y han dedicado su tiempo a cuidarme y quererme; a mis tíos y a mis padrinos quienes siempre se han preocupado por mi bienestar, velan por mi felicidad, me impulsan a cumplir cada uno de mis objetivos y siempre me ofrecen su apoyo y cariño absoluto; a mi abuelita quien siempre ha cuidado de mí y me ha demostrado un cariño excepcional; a mis primos por ser tan amorosos e incondicionales; a mi familia en general por ser un pilar fundamental en este difícil pero exitoso proceso; a mis mejores amigas quienes demostraron estar incondicionalmente para mí, pues con sus palabras de aliento y consuelo me hicieron sentir reconfortada y acompañada; a mis amigos y demás personas que me impulsaron para seguir adelante y nunca decaer; y por último, a mis seres queridos que se encuentran en el cielo velando y guiando mi camino.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por proteger cada paso que me llevó a concluir mis estudios superiores y ser mi guía absoluto.

Le doy gracias a mis padres Maximiliano y Consuelo por siempre haber confiado en mí, por dedicar todos sus recursos a mi educación, gracias por pelear conmigo y nunca haberme dejado sola, por ser mi mayor ejemplo a seguir, gracias por no permitir que me rindiera y sobre todo gracias por enseñarme a luchar para alcanzar cada una de mis metas, no me va a alcanzar la vida para pagar todo lo que han hecho por mí.

Estoy agradecida con mi familia por el apoyo y el cariño incomparable que diariamente me brindan, gracias por sus palabras de aliento, por estar a mi lado en los mejores y peores momentos, gracias por motivar mi desarrollo personal y profesional, por estar presente en cada uno de mis logros y, sobre todo gracias por hacerme sentir segura.

Estoy eternamente agradecida con la respetada Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, por haberme abierto sus puertas y ser mi segundo hogar, gracias por permitir mi formación personal y profesional basados en valores y principios éticos.

Gracias a mis estimados docentes por la paciencia y los conocimientos que me impartieron a lo largo de la carrera mediante herramientas educativas y didácticas, gracias por la dedicación y el esfuerzo que demostraron día con día, por interesarse en mis metas y motivarme al cumplimiento de las mismas, gracias por cada oportunidad brindada y por ser un ejemplo a seguir.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Carátula	1
Reporte de verificación de contenidos.....	2
Certificación	3
Responsabilidad de Autoría.....	4
Autorización de Publicación	5
Dedicatoria	6
Agradecimiento.....	7
Índice de tablas	12
Índice de figuras	14
Resumen.....	16
Abstract	17
Capítulo I: Problema y Marco teórico	18
Introducción.....	18
Planteamiento del problema	19
Formulación del problema.....	21
Justificación e importancia.....	21
Objetivos de investigación	22
<i>Objetivo General</i>.....	22
<i>Objetivos Específicos</i>.....	22
Idea a defender	22
Variables	22

Marco teórico	23
Ruta Turística.....	23
<i>Caracterización de la ruta turística.....</i>	<i>23</i>
<i>Componentes de la ruta turística</i>	<i>26</i>
<i>Alcances de la ruta turística</i>	<i>29</i>
<i>Rutas turísticas como herramienta de desarrollo.....</i>	<i>33</i>
Emprendimientos turísticos	37
<i>Generalidades de los Emprendimientos turísticos</i>	<i>37</i>
<i>Diagnóstico estratégico de los emprendimientos turísticos.....</i>	<i>39</i>
<i>Direccionamiento estratégico de los emprendimientos turísticos</i>	<i>44</i>
<i>Emprendimientos turísticos como una alternativa para el desarrollo.....</i>	<i>46</i>
Capítulo II: Marco Metodológico	51
Método de investigación	52
<i>Cualitativo</i>	<i>52</i>
<i>Cuantitativo.....</i>	<i>52</i>
Tipo de investigación	52
<i>Documental.....</i>	<i>52</i>
<i>De campo</i>	<i>53</i>
Población y Muestra.....	53
Recolección de información – datos.....	56
<i>Entrevistas</i>	<i>56</i>

	10
<i>Encuestas</i>	57
Procesamiento de información.....	57
<i>Interpretación y discusión de resultados</i>	57
Análisis de resultados.....	58
<i>Economía de la experiencia</i>	58
<i>Experiencia turística</i>	59
<i>Definición de alternativas de solución</i>	60
Capítulo III: Análisis y discusión de resultados	62
Introducción.....	62
Análisis de la experiencia turística	62
Economía de la experiencia.....	67
<i>Valoración del producto</i>	67
<i>Diseño de experiencia: oportunidades de emprendimientos turístico</i>	69
<i>Turismo en cifras</i>	71
Experiencia turística.....	72
<i>Caracterización del producto</i>	72
<i>Análisis del producto</i>	73
<i>Tendencias del producto</i>	107
<i>Fundamentación de la idea a defender</i>	107
Alternativas de solución	110
<i>Análisis FODA</i>	110

<i>Direccionamiento estratégico</i>	112
<i>Proyección estratégica</i>	120
<i>Despliegue de proyectos</i>	125
Conclusiones	131
Recomendaciones	133
Bibliografía	134
Anexos	142

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Opciones de emprendimiento en turismo</i>	48
Tabla 2 <i>Formula y calculo de la población finita</i>	55
Tabla 3 <i>Género</i>	73
Tabla 4 <i>Edad</i>	74
Tabla 5 <i>Nivel de instrucción académica</i>	75
Tabla 6 <i>Ocupación</i>	76
Tabla 7 <i>Conocimiento sobre el cierre de la ruta</i>	77
Tabla 8 <i>Valoración de la ruta</i>	78
Tabla 9 <i>Frecuencia de visita de la ruta</i>	79
Tabla 10 <i>Percepción sobre el cierre de la ruta turística</i>	80
Tabla 11 <i>Conocimiento de otras rutas relacionada al Tren Ecuador</i>	82
Tabla 12 <i>En el caso de ser afirmativa su respuesta, seleccione que rutas conocía</i>	83
Tabla 13 <i>Planta turística y satisfacción de las necesidades del visitante</i>	84
Tabla 14 <i>Frecuencia de visita de la ruta</i>	85
Tabla 15 <i>Motivación a la visita de la ruta turística</i>	86
Tabla 16 <i>Consumo de productos en la ruta Tren del Hielo II</i>	87
Tabla 17 <i>Preferencia en la visita de estaciones</i>	88
Tabla 18 <i>Afectación del cierre del tren a los emprendimientos</i>	89
Tabla 19 <i>Gravedad de afectación de los emprendimientos</i>	90
Tabla 20 <i>Emprendimientos turísticos que se han suspendido</i>	92
Tabla 21 <i>Nombres de emprendimientos suspendidos</i>	93
Tabla 22 <i>Percepción de los emprendimientos turísticos</i>	94
Tabla 23 <i>Percepción de la gestión de las autoridades para los emprendimientos</i>	95
Tabla 24 <i>Implementación de proyectos enfocadas al beneficio de emprendimientos</i>	97
Tabla 25 <i>Expertos entrevistados</i>	98

Tabla 26 <i>Entidades que intervinieron en la implementación de la ruta</i>	99
Tabla 27 <i>Relación de la ruta del tren con las actividades productivas</i>	101
Tabla 28 <i>Causas y consecuencias del cierre de la ruta turística</i>	101
Tabla 29 <i>Tren del Hielo II y su influencia en la creación de emprendimientos</i>	103
Tabla 30 <i>Afectación del cierre de la ruta Tren del Hielo II a los emprendimientos turísticos</i> ...	103
Tabla 31 <i>Estrategias elaboradas a partir del cierre de la ruta Tren del Hielo II</i>	104
Tabla 32 <i>Matriz de resumen-Síntesis FODA</i>	110
Tabla 33 <i>Matriz de acción FO</i>	113
Tabla 34 <i>Matriz de acción DA</i>	113
Tabla 35 <i>Matriz de acción FA</i>	114
Tabla 36 <i>Matriz de acción DO</i>	115
Tabla 37 <i>Ratio de balance de fuerza</i>	116
Tabla 38 <i>Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relevantes</i>	117
Tabla 39 <i>Matriz de síntesis estratégica</i>	119
Tabla 40 <i>Planificación de proyectos</i>	120
Tabla 41 <i>Matriz de priorización de proyectos</i>	123
Tabla 42 <i>Proyectos priorizados</i>	125
Tabla 43 <i>Primer proyecto</i>	126
Tabla 44 <i>Segundo Proyecto</i>	127
Tabla 45 <i>Tercer proyecto</i>	128
Tabla 46 <i>Cuarto proyecto</i>	129
Tabla 47 <i>Quinto proyecto</i>	130

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Caracterización de una ruta turística</i>	24
Figura 2 <i>Tipos de rutas turísticas</i>	25
Figura 3 <i>Elementos de la ruta turística</i>	26
Figura 4 <i>Proceso para diseñar una ruta turística</i>	27
Figura 5 <i>Etapas de una ruta turística</i>	28
Figura 6 <i>Propósitos generales de una ruta turística</i>	29
Figura 7 <i>Componentes para validar una ruta turística</i>	30
Figura 8 <i>Ejes estratégicos para la evaluación de rutas turísticas</i>	31
Figura 9 <i>Herramientas para evaluar rutas turísticas</i>	32
Figura 10 <i>Rutas turísticas como estrategias para promover el desarrollo local</i>	34
Figura 11 <i>Categorización de emprendimientos</i>	38
Figura 12 <i>Factores que encaminan al crecimiento económico de la población</i>	41
Figura 13 <i>Requisitos para poder conformar un marco de política local</i>	42
Figura 14 <i>Metodologías analizadas para la evaluación de los emprendimientos</i>	43
Figura 15 <i>Capacitación como herramienta</i>	44
Figura 16 <i>Negocios que se desarrollaron en función a la ruta Tren del Hielo II</i>	49
Figura 17 <i>Estructura de la metodología</i>	51
Figura 18 <i>Personas entrevistadas</i>	55
Figura 19 <i>Mapa de la ruta turística Tren del Hielo II</i>	65
Figura 20 <i>Itinerario Tren del Hielo II</i>	66
Figura 21 <i>Principales productos característicos de la ruta Tren del Hielo II</i>	69
Figura 22 <i>Negocios relacionados a la ruta Tren del Hielo II</i>	70
Figura 23 <i>Llegada de turistas internacionales al Ecuador y aporte del turismo al PIB</i>	71
Figura 24 <i>Género</i>	74
Figura 25 <i>Edad</i>	75

Figura 26 <i>Nivel de instrucción académica</i>	76
Figura 27 <i>Ocupación</i>	77
Figura 28 <i>Conocimiento sobre el cierre de la ruta</i>	78
Figura 29 <i>Valoración de la ruta</i>	79
Figura 30 <i>Frecuencia de visita de la ruta</i>	80
Figura 31 <i>Percepción sobre el cierre de la ruta turística</i>	81
Figura 32 <i>Conocimiento de otras rutas relacionada al Tren Ecuador</i>	82
Figura 33 <i>En el caso de ser afirmativa su respuesta, seleccione que rutas conocía</i>	83
Figura 34 <i>Planta turística y satisfacción de las necesidades del visitante</i>	85
Figura 35 <i>Frecuencia de visita de la ruta</i>	86
Figura 36 <i>Motivación a la visita de la ruta turística</i>	87
Figura 37 <i>Consumo de productos en la ruta Tren del Hielo II</i>	88
Figura 38 <i>Preferencia en la visita de estaciones</i>	89
Figura 39 <i>Afectación del cierre del tren a los emprendimientos</i>	90
Figura 40 <i>Gravedad de afectación de los emprendimientos</i>	91
Figura 41 <i>Emprendimientos turísticos que se han suspendido</i>	92
Figura 42 <i>Nombres de emprendimientos suspendidos</i>	93
Figura 43 <i>Percepción de los emprendimientos turísticos</i>	95
Figura 44 <i>Percepción de la gestión de las autoridades para los emprendimientos</i>	96
Figura 45 <i>Proyectos enfocados al beneficio de los emprendimientos</i>	97

Resumen

El presente proyecto investigativo tiene como objetivo principal analizar la ruta turística tren del Hielo II y su incidencia en los emprendimientos turísticos, de manera que se conozca la situación actual a la que estos negocios se enfrentan tras el desfavorable cierre de esta renombrada ruta, con el propósito de formular proyectos innovadores que sean implementados dentro de los emprendimientos turísticos. Por esta razón la investigación está compuesta por tres capítulos, el primero se establece bajo una fundamentación teórica y conceptual basada en la variable independiente (ruta turística) y la variable dependiente (emprendimientos turísticos), lo que permitió determinar el soporte necesario para el desarrollo del proyecto. El segundo capítulo está constituido por la metodología en la que se fundamentó la investigación, basada en Hernández, Fernández y Baptista, así como en la propuesta metodológica fundamentada en el análisis de las experiencias turísticas desarrollada por el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR), en la que se utilizó un método de investigación cuantitativo y cualitativo, en donde a través de un estudio documental y de campo se estableció la aplicación de entrevistas y encuestas tanto a expertos como a turistas relacionados a la ruta turística Tren del Hielo II, a fin de conocer la opinión sobre el cierre de esta ruta y las consecuencias que trajo dentro de los territorios involucrados. Finalmente, en el tercer capítulo en base al respectivo análisis FODA, se plantean proyectos que puedan ser implementados dentro de los emprendimientos turísticos para permitir su próspero desarrollo y fortalecimiento.

Palabras clave: Ruta turística, emprendimiento turístico, experiencia turística, producto turístico, proyecto turístico.

Abstract

The main objective of this research project is to analyze the tourist route Ice Train II and its impact on tourism enterprises, in order to know the current situation that these businesses face after the unfavorable closure of this renowned route, with the purpose of formulating innovative projects to be implemented within tourism enterprises. For this reason, the research is composed of three chapters, the first one is established under a theoretical and conceptual foundation based on the independent variable (tourist route) and the dependent variable (tourist enterprises), which allowed determining the necessary support for the development of the project. The second chapter is constituted by the methodology on which the research was based, based on Hernández, Fernández and Baptista, as well as on the methodological proposal based on the analysis of tourism experiences developed by the National Tourism Service (SERNATUR), in which a quantitative and qualitative research method was used, where through a documentary and field study, the application of interviews and surveys to experts and tourists related to the tourist route Tren del Hielo II was established, in order to know the opinion about the closure of this route and the consequences it brought within the territories involved. Finally, in the third chapter, based on the respective FODA analysis, projects are proposed that can be implemented within the tourism enterprises to allow their prosperous development and strengthening.

Key words: Tourism route, tourism enterprise, tourism experience, tourism product, tourism project.

Capítulo I

Problema y Marco teórico

Introducción

La creación de una ruta ferroviaria fue una de las principales propuestas del ex presidente Eloy Alfaro para unir a la Costa con la Sierra, con la finalidad de trasladar tanto a personas como a productos, esto permitirían agilizar el comercio entre los distintos pueblos ecuatorianos de aquella época. Con el tiempo esta iniciativa demostraba complicaciones además de la falta de intereses por parte de los distintos gobiernos y tras varios intentos de mantener emergente este proyecto no fue hasta el 2008 que se busca la recuperación del ferrocarril con un enfoque distinto, vinculando sectores productivos y disminuyendo la pobreza a través de emprendimientos que trabajaron a la par con los servicios turísticos (Ferrocarriles del Ecuador, 2017).

En el año 2008 el aquel entonces Ministerio Coordinador de Patrimonio inicia el responsable trabajo de restaurar el ferrocarril, obra que culminó en el año 2014 y que tuvo una financiación estimada de 400 millones de dólares. Gracias a esta inversión fue posible que varias comunidades constituyan la creación de aproximadamente 21 mil fuentes de empleo y como resultado nació la alianza de 1 400 negocios comunitarios. Alrededor de los diferentes trayectos que ofrecía Tren Ecuador se apreciaba la constitución de una vasta red conformada por pequeños emprendimientos que solían ser el apoyo de miles de familias que se vinculaban con la economía del ferrocarril (Espinosa, 2020)

El proyecto Tren Ecuador de cierta manera logró renovar aquellos sueños y deseos abandonados, vincular regiones, conectar a las distintas comunidades y brindar una sensación de pertenencia a los habitantes ecuatorianos sobre la riqueza paisajística, cultural y patrimonial que poseen. Mediante el desarrollo de aquel proyecto se buscó principalmente que el turista goce de los atractivos naturales, culturales e históricos que se podían encontrar con facilidad en los distintos recorridos que Tren Ecuador ofrecía, con el propósito de conquistar al visitante

y provocar el consumo dentro de los emprendimientos, tomando en consideración que estos establecimientos se veían beneficiados por la alta afluencia turística que percibían, ya que su consumo resultaba en el sustento primordial de aquellos emprendedores que buscaban aumentar sus ventas para mejorar su estilo de vida (Sandoval, 2018).

Es así que dentro de las distintas rutas que Tren Ecuador ofrecía se encontraba la ruta Tren del Hielo II la cual constaba de las siguientes estaciones: Ambato, Mocha, Urbina, Cevallos, Ambato; este recorrido logro combinar naturaleza, cultura y compras, la instauración de esta ruta turística logró generar nuevas oportunidades en cuanto a la creación de fuentes de trabajo en aquellos territorios abandonados y olvidados que no tenían esperanza de mejorar la calidad de vida a la que estaban acostumbrados. La ruta Tren del Hielo II generó una nueva oportunidad que tenía como objetivo la construcción de un producto de calidad que contribuiría a que las comunidades cercanas oferten sus actividades comerciales relacionadas al turismo, con el propósito de percibir ingresos económicos considerables, por lo que resulta indispensable la alta afluencia turística dentro de los territorios vinculados a la ruta Tren del Hielo II, para que los emprendimientos turísticos logren incrementar sus ventas, pues caso contrario el escaso consumo resultaría en grandes pérdidas económicas (Sandoval, 2018).

Es así que, la presente investigación busca evaluar cuál ha sido el impacto que se generó en los distintos emprendimientos pertenecientes a los territorios involucrados tras el cierre de la ruta turística Tren del Hielo II, asimismo conocer la situación económica actual a la que se enfrentan, esto con la finalidad de generar estrategias que puedan ser implementadas dentro de estos emprendimientos turísticos.

Planteamiento del problema

El principal problema que se plantea para el desarrollo de la investigación es el Cierre de los emprendimientos turísticos de la ruta Tren del Hielo II, por tal motivo se ve necesario el uso del diagrama de causa – efecto o también conocido como diagrama espina de pescado (ver anexo 1), en donde se da a conocer el análisis del problema anteriormente mencionado.

En el 2020 el ex presidente Lenin Moreno emitió el decreto 1057, donde consta la extinción de la Empresa de Ferrocarriles del Ecuador como resultado de varias disposiciones aplicadas en base a la Ley Orgánica de Empresas Públicas, trayendo consigo fuertes consecuencias negativas las cuales afectaron de manera inimaginable al turismo, pues el resultado de la liquidación de esta empresa fue el cierre de la ruta turística Tren del Hielo II, misma que era fuente de un sinnúmero de empleos dentro de los territorios en los que se desarrolló dicha ruta, además es importante mencionar que el abandono del tren y sus instalaciones trajeron consigo el deterioro tanto de la maquinaria como de la infraestructura. (Ministerio de Transporte y Obras Públicas, 2022).

La escasa promoción hacia la ruta turística Tren del Hielo II ha sido sin duda un factor perjudicial, dado que el gobierno no proporcionó el soporte necesario para brindar apoyo económico y tecnológico, como resultado de la escasa información sobre la ruta se dio la limitada difusión promocional, generando desconocimiento por parte de los turistas sobre los lugares turísticos y los emprendimientos existentes.

La poca afluencia de visitantes hacia la ruta turística Tren del Hielo II tuvo relación con el desconocimiento generado sobre las distintas actividades que se desarrollaban dentro de los territorios que conformaban la ruta. Con respecto a la permanencia de los turistas se menciona el limitado tiempo que manejan, lo que puede reflejar cierto déficit de consumo dentro de los emprendimientos, esto también puede relacionarse con la insatisfacción que manejan los clientes al recibir un servicio de mala calidad, lo que probablemente sea el resultado del escaso apoyo económico generado por parte de las autoridades pertinentes.

Los emprendedores obtuvieron resultados negativos en sus negocios, al disminuir las ventas de los productos y servicios ofertados, ya que estos eran muy limitados, trayendo consigo innumerables pérdidas económicas que resultó en el cierre de varios emprendimientos turísticos, provocando gastos no recuperables hacia los respectivos propietarios, además de aumentar la tasa de desempleo en los territorios relacionados a esta ruta turística.

Formulación del problema

¿De qué manera el análisis de la “Ruta turística Tren del Hielo II” contribuye a comprender la incidencia en los emprendimientos turísticos?

Justificación e importancia

La presente investigación se lleva a cabo con la finalidad de analizar cuáles son los motivos por los cuales el gobierno del ex presidente Lenin Moreno, tomó la inesperada decisión sobre declarar extinta a la Empresa de Ferrocarriles del Ecuador y cómo esto resultó en el cierre de la ruta turística Tren del Hielo II, trayendo consigo efectos desfavorables.

En este sentido, se busca identificar cuáles son los efectos generados en los emprendimientos turísticos que se desarrollan alrededor de la ruta turística Tren del Hielo II tras su cierre, además de conocer la situación económica actual a la que se enfrentan, tomando en cuenta que muchos de estos negocios se vieron obligados a suspender la prestación de sus servicios de manera temporal e incluso permanente, esto debido a la poca afluencia turística que se generaba, resultando así notables pérdidas económicas irrecuperables.

Es importante tomar en cuenta que esta ruta turística beneficiaba notablemente a los territorios que la conformaban pues los visitantes llegaban con el anhelo de recorrer en tren y disfrutar de los atractivos naturales y culturales presentados alrededor de las cuatro estaciones que conforman la ruta turística Tren del Hielo II, como son Ambato-Mocha-Urbina-Cevallos-Ambato, como resultado del desarrollo de esta actividad, los emprendedores turísticos recibían un ingreso económico de manera directa.

Bajo este contexto, en base a la investigación realizada se plantea distintos proyectos que puedan ser implementadas tanto en los emprendimientos vigentes para que logren mantenerse, como para aquellos negocios que se vieron obligados a cerrar sus servicios, brindándoles la oportunidad de generar otra actividad comercial innovadora encaminada al turismo que resulte ser rentable. Es así que, los resultados obtenidos sirven como una guía para realizar el análisis de otras rutas turísticas que se hayan desarrollado en relación con

Ferrocarriles del Ecuador, con el propósito de conocer cuál ha sido la incidencia que han generado los cierres de estas rutas en relación a los emprendimientos turísticos.

Objetivos de investigación

Objetivo General

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

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 II.
- ✓ Formular proyectos para el desarrollo y fortalecimiento de los emprendimientos turísticos en la ruta turística Tren del Hielo II.

Idea a defender

El análisis de la ruta turística Tren del Hielo II contribuye a entender como incidió el cierre de esta ruta a los emprendimientos turísticos.

Variables

- Variable independiente: ruta turística
- Variable dependiente: emprendimientos turísticos

Marco teórico

Ruta Turística

Caracterización de la ruta turística

El desafío al que se enfrenta la década de los noventa e inicios del nuevo milenio es considerado como una oferta de productos poco habituales, pues las denominadas rutas turísticas se operan desde el sector público, desde entidades no gubernamentales, centros culturales, museos y emprendedores brindando servicios de visitas guiadas, espectáculos de luz y sonido, teatralizaciones, entre otros. Esta serie de productos turísticos llamados nuevos satisfacen las necesidades de un mercado que cada vez se vuelve más exigente en términos de calidad y más especializado al momento de determinar un viaje. (Chan, 2011)

Tomando en cuenta los antecedentes de la ruta turística es indispensable el análisis de sus conceptos generados a través de la experiencia y el conocimiento de cada autor es así que SENA (2017) define que la ruta turística se basa en desarrollar un viaje establecido por un determinado itinerario, en donde se aprecian atractivos de carácter natural y cultural, los cuales se localicen en territorios que posean cierto desarrollo turístico para proporcionar las respectivas facilidades y comodidades necesarias al turista. La ruta turística se desenvuelve en torno a una temática en específico y esta dependerá del territorio en donde se la lleve a cabo, cada recorrido busca ser peculiar para de esta manera generarle experiencias únicas al visitante a través de atractivos, actividades, servicios, facilidades, entre otros, a fin de diferenciarse de otras rutas turísticas.

Por otro lado, la ruta turística al ser denominada como una propuesta, necesariamente debe cumplir con ciertos fines establecidos, por esta razón se considera como objetivo principal, la determinación de puntos de llegada de los turistas, esto hace referencia a la efectividad de una infraestructura básica, pues se considera importante poseer una amplia oferta de servicios turísticos para generar diferentes recursos económicos, de la misma manera el Gobierno Local Osa (2016), menciona que la ruta turística tiene como objetivo el pleno

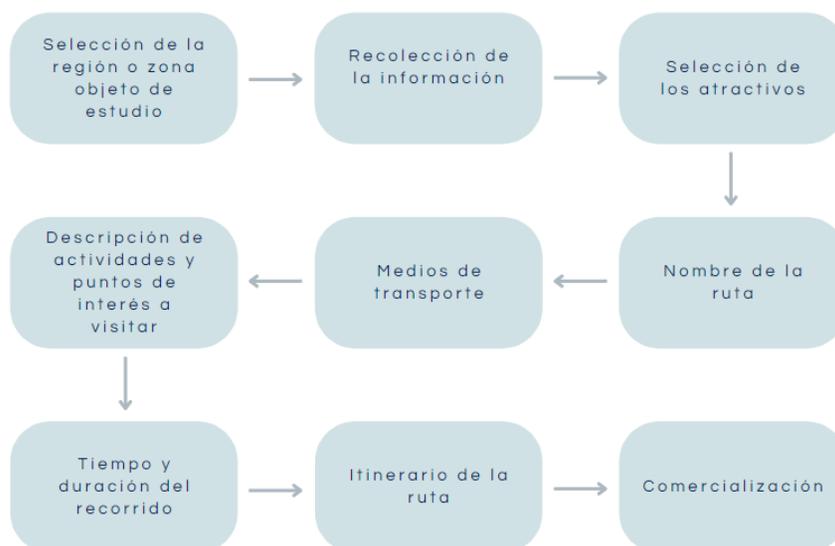
disfrute de atractivos naturales, culturales e históricos; admirar territorios montañosos o playeros; así como desarrollar actividades vinculadas a la aventura y recreación, por lo que es necesario cumplir estrictamente con las actividades presentadas en un itinerario.

Por otra parte, a la ruta turística se le atribuyen propiedades que la distinguen de otros elementos referentes al turismo, por tal razón Chan (2011) menciona que una ruta tiene la responsabilidad de promocionar ya sea un territorio o una temática que posea potencial turístico, además se determina que una característica esencial es el posibilitar una cómoda reunión entre el turista, el entorno y aquella sensación de autonomía que el visitante experimenta al moverse dentro de un determinado lugar; es así que la manera más sencilla de promocionar una ruta turística, es a través de ofertarla como un paquete turístico.

Además, SENA (2017) indica que las rutas turísticas no solo ofrecen el disfrute de destinos limitados, sino también muestra el tránsito que existe entre un sitio y el otro, por ello es importante determinar los principales elementos que caracterizan a una ruta turística.

Figura 1

Caracterización de una ruta turística

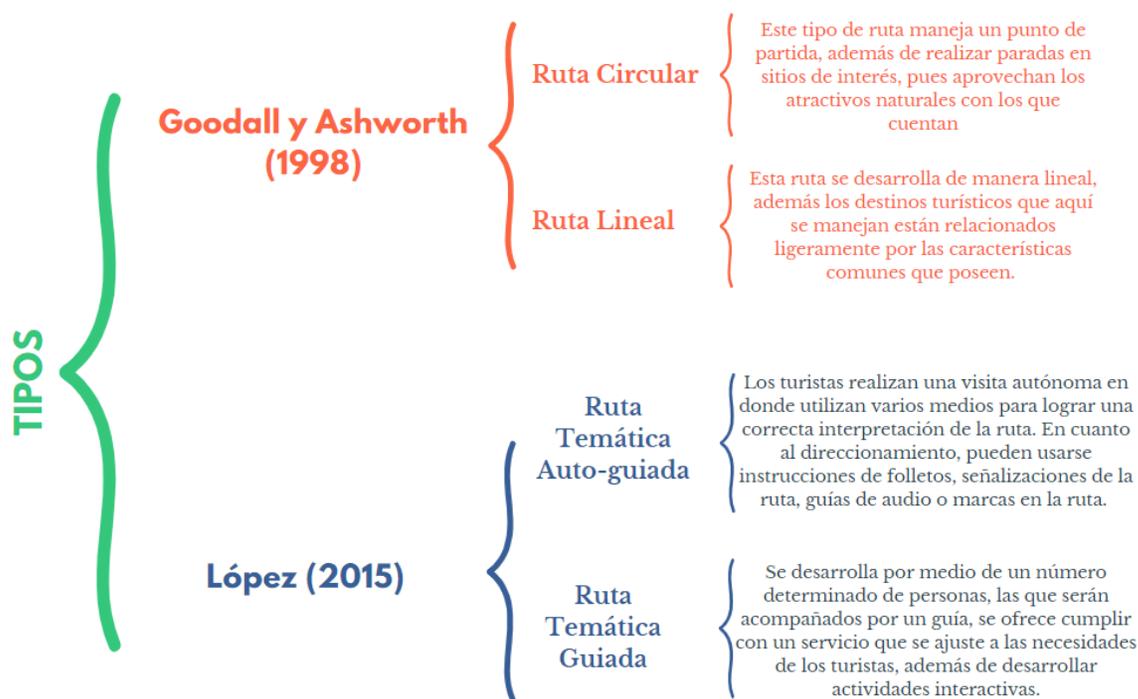


Nota. Tomado de Diseño de rutas turísticas (SENA, 2017, pág. 7)

A través de los años se han generado diferentes rutas turísticas, cada una con sus propias características y propósitos, por esta razón se mencionan cuatro tipos, por una parte, se encuentran las circulares y lineales, definidas según Goodall & Ashworth (1998, como se citó en Molina, 2013) y, por otra parte, se componen las rutas según la temática, constituyéndose así las guiadas y las auto-guiadas de acuerdo a Morales (1994, como se citó en Culqui & Leal, 2018)

Figura 2

Tipos de rutas turísticas



Nota. Recupera de Molina (2013) y Culqui & Leal (2018)

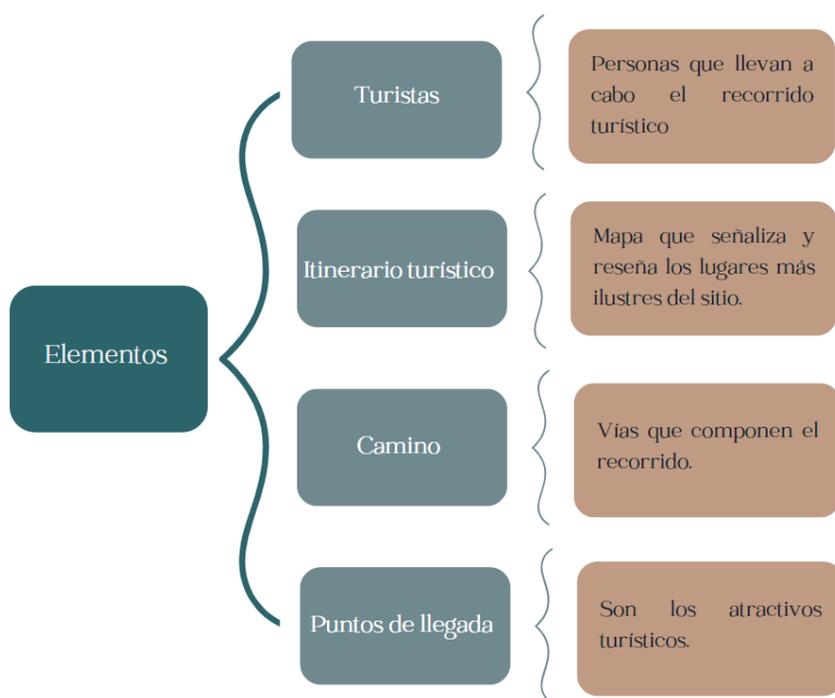
El tipo de ruta que se establece en un territorio, depende de las características que este posea, por lo que se desarrolla un estudio previo para determinar las cualidades que lo destaca de otros lugares, pues se busca llamar la atención de turistas tanto nacionales como extranjeros de modo que puedan disfrutar de algo innovador y logren generar experiencias únicas, por lo cual es importante determinar los componentes que constituyen a una ruta turística.

Componentes de la ruta turística

Según Chavez (s.f.) la composición de una ruta turística se basa en la combinación de varios elementos (ver figura 3) que son indispensables para el correcto desarrollo y funcionamiento del recorrido.

Figura 3

Elementos de la ruta turística

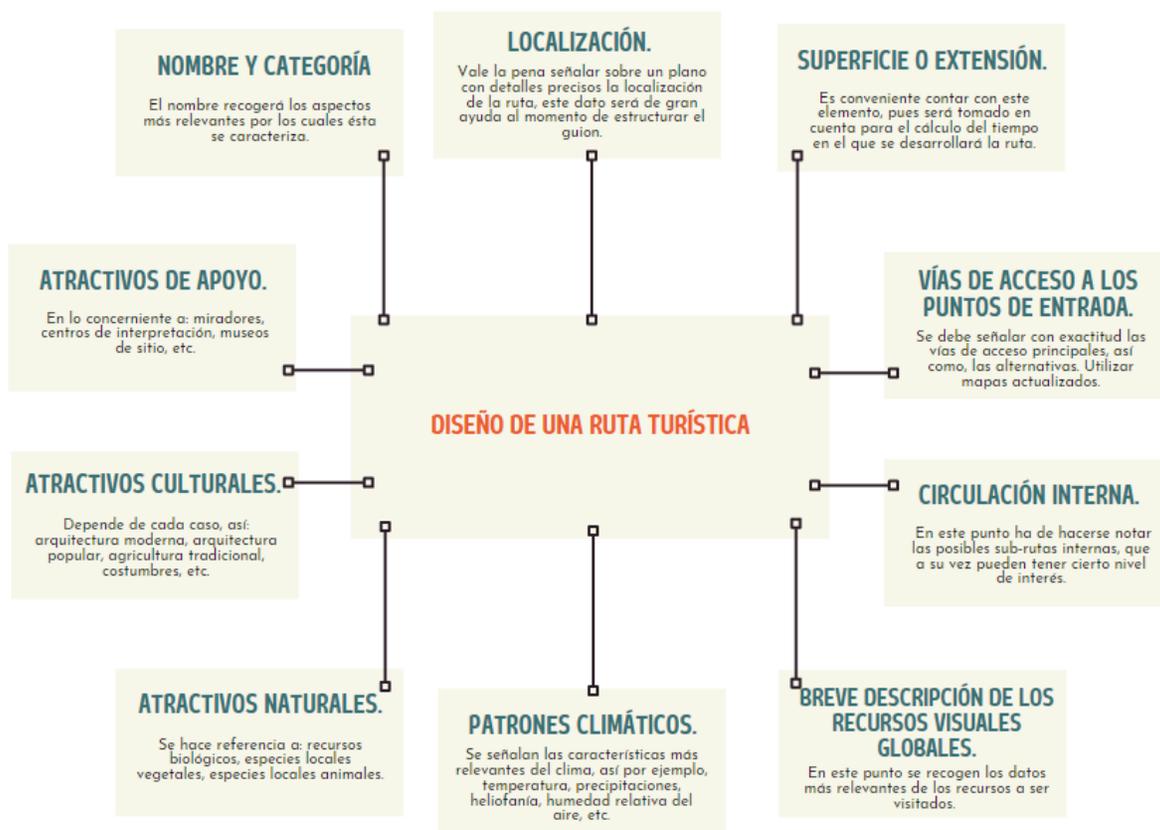


Nota. La figura presenta los elementos de una ruta turística. Recuperado de ¿Qué es una Ruta turística? Elementos, beneficios y ejemplos, por Chavez (s.f.)

Los elementos detallados anteriormente deben ser tomados en cuenta necesariamente al momento de la elaboración de una ruta turística, la importancia radica en trabajar simultáneamente con cada componente mencionado, con la intención de definir un enfoque compatible en cuanto al desarrollo de la ruta, además de asegurar su viabilidad mitigando cualquier error que se presente. A fin de asegurar el éxito del diseño una ruta turística (ver figura 4) se debe contar con el respectivo proceso específico, por lo cual, se toma en cuenta los pasos y aspectos necesarios que establece Arcanio (2016, como se citó en Rodríguez, 2017).

Figura 4

Proceso para diseñar una ruta turística



Nota. Tomado de Rodríguez (2017).

Para el diseño de las rutas turísticas se pone a consideración el cumplimiento necesario de los pasos detallados en la figura 4, para de esta manera lograr identificar las diferencias y reconocer las cualidades que poseen, estos componentes van desde algo tan sencillo como proporcionarle el nombre a la ruta en base a la caracterización que esta posea, hasta la determinación del tipo de atractivos que se pueden encontrarse, los cuales pueden ser de carácter natural o cultural. En definitiva, el proceso para la elaboración de rutas turísticas permite dirigir de manera ordenada su evaluación y ejecución, siempre y cuando se basen en el cumplimiento de cada uno de los pasos que lo componen.

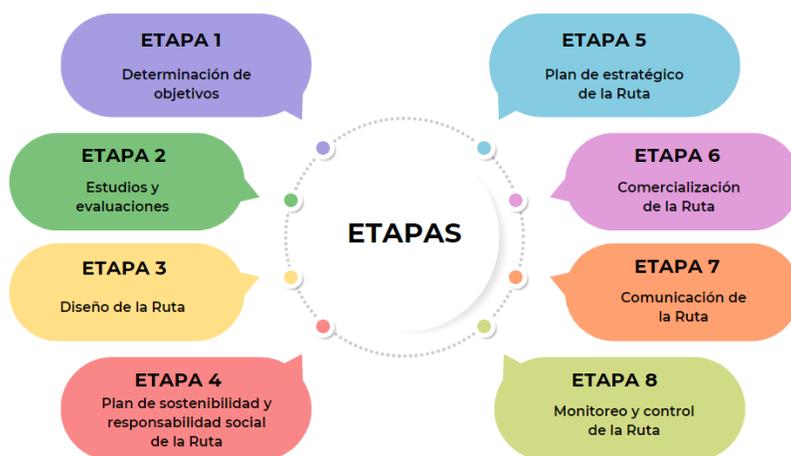
Las rutas turísticas se desarrollan en torno a un tema, estos pueden ser históricos, sociales, artísticos o incluso paisajísticos, pero todos tienen la misma finalidad, dar a conocer

los recursos y atractivos que poseen, aprovechándolos de una manera responsable. El tema seleccionado, debe tener indiscutiblemente una estrecha relación con la ruta, esto con el objeto de establecer un hilo conductor que le brinde el respectivo significado al itinerario, tomando en cuenta que dentro de este se relacionan varios lugares, actividades y demás componentes que infieren sobre un destino turístico.

De esta manera las rutas se establecen ya sea por valores humanos o valores naturales, construyendo así un medio de atención lineal (De la Fuente, 2018). De este modo, para diseñar una ruta turística es necesario orientarse en fases que ya estén previamente definidas, contando así con rigurosos parámetros que aseguren la prosperidad de una ruta turística al momento de llevarla a cabo, a continuación, se mencionan estas etapas.

Figura 5

Etapas de una ruta turística



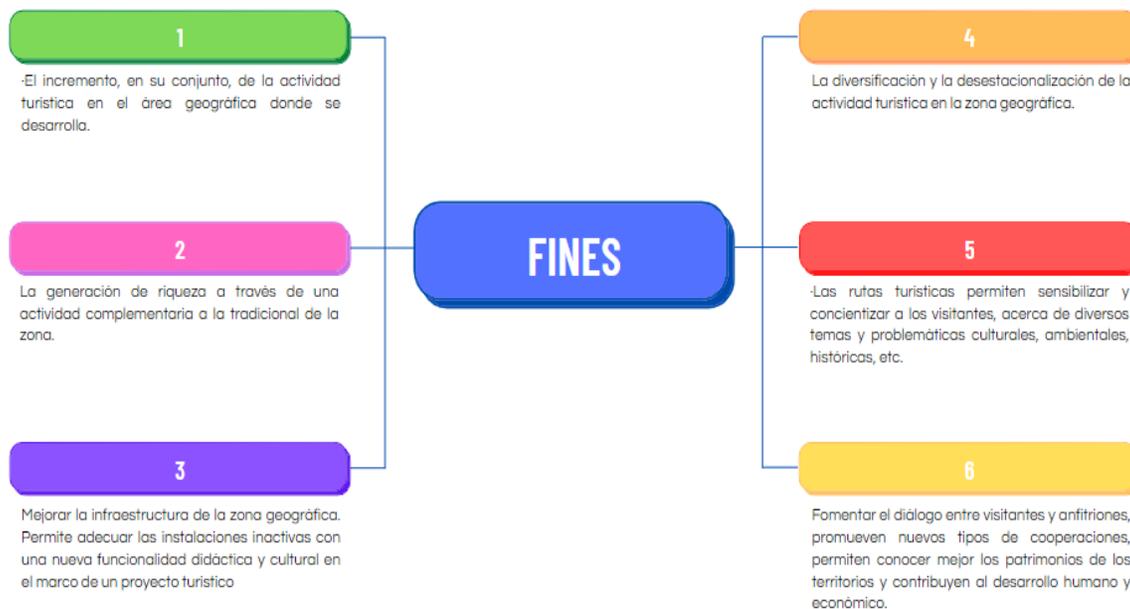
Nota. La figura presenta las etapas para la elaboración de una ruta turística. Recuperado de Diseñar rutas turísticas sostenibles y socialmente responsables, por Gonzalo De la Fuente (2018)

Evidentemente el incumplimiento de una sola etapa trae consigo resultados poco viables tanto en el proceso de elaboración como el resultado de esta, este proceso busca darle mayor éxito y ventaja a una ruta turística, considerando elementos que incluyan la sostenibilidad y el apoyo social por parte de la localidad. Ahora bien, toda ruta turística tiene su

respectiva finalidad y es importante que el turista ya sea local, nacional o extranjero conozca el objeto con la que fue creada, para que tengan claro cuál es su propósito esencial, es por eso que, a continuación, se detallan los fines generales de una ruta de acuerdo a SENA (2017):

Figura 6

Propósitos generales de una ruta turística



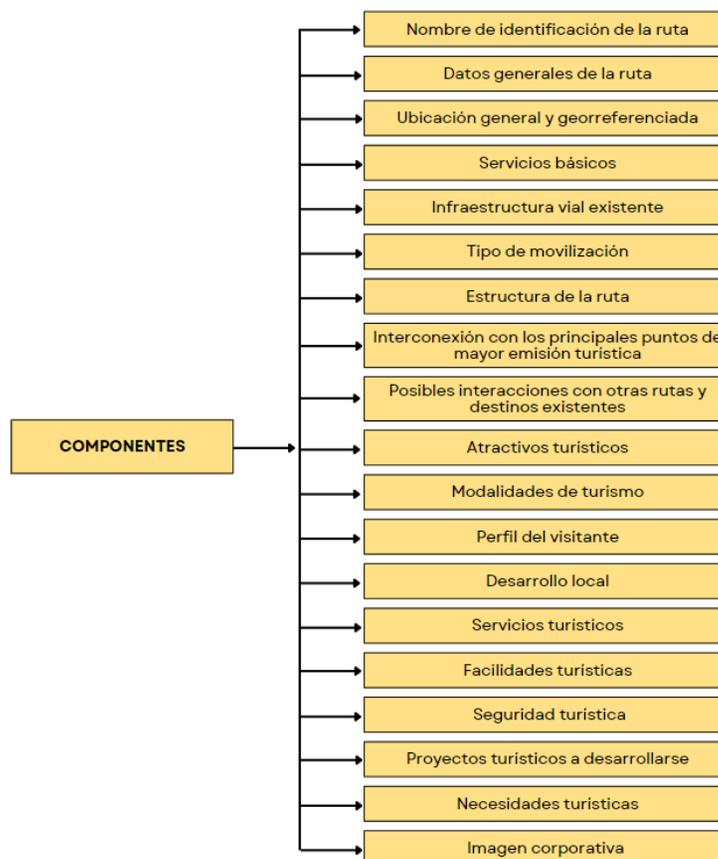
Nota. Tomado del documento Diseño de rutas turísticas por SENA (2017, p. 7)

Alcances de la ruta turística

Cuando se crea una ruta turística es necesario que esta sea aprobada, por lo que se debe cumplir con ciertos requerimientos para su aceptación, como resultado el Ministerio de Turismo del Ecuador (2015, como se citó en Rodríguez, 2017), propone una matriz que permite avalar estos recorridos turísticos, la cual cuenta con diferentes componentes (ver figura 7).

Figura 7

Componentes para validar una ruta turística



Nota. Tomado de Rodríguez (2017).

Por lo tanto, cumplir de manera necesaria con estos requerimientos es importante para que la ruta turística propuesta sea validada, considerando que cada uno de los parámetros mencionado mantienen una estrecha relación y se complementan entre sí, el incumplimiento de tan solo uno de ellos demostraría la falta de compromiso e interés que se mantiene dentro de la ruta y de las personas que están detrás de su oferta, pues aquí se busca brindar nuevas experiencias turísticas a los visitantes locales, nacionales y extranjeros.

Según Fierro, Tierra & Piray (2009, como se citó en Zúñiga, 2015), para evaluar rutas turísticas se debe comprender cinco ejes estratégicos (ver figura 8) los cuales se refieren al ámbito organizacional, la ordenación del territorio, la jerarquización de los atractivos, la oferta

turística e indicadores sociales, dichos ejes se relacionan entre sí, a fin de planificar un producto turístico que consiga llamar la atención del mercado nacional e internacional de modo que esto contribuya a la disminución de los índices de pobreza de las poblaciones locales y por consecuente el mejoramiento de la calidad de vida.

Figura 8

Ejes estratégicos para la evaluación de rutas turísticas



Nota. Tomado del documento Diseño de una ruta de agroturismo en las zonas de intervención del MAGAP, cantones Colta, Riobamba y Penipe de la provincia de Chimborazo, por Zúñiga (2015).

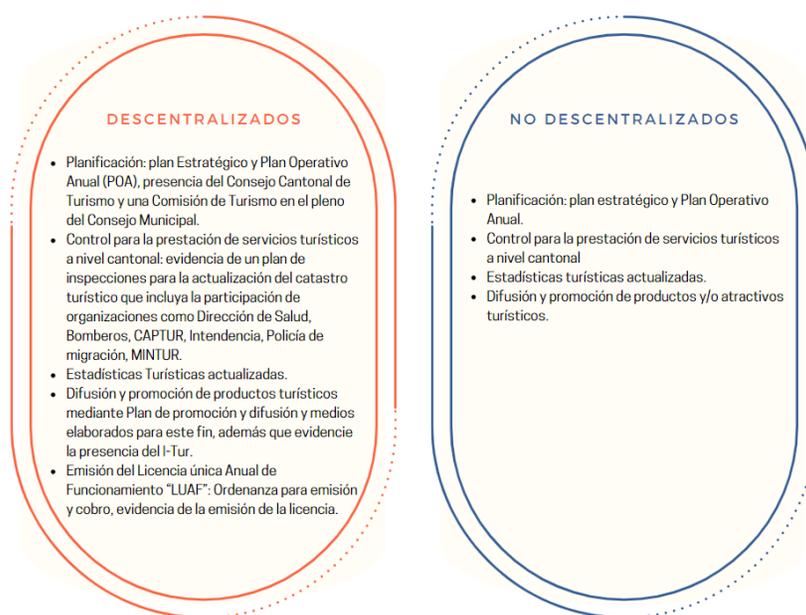
Además de considerar elementos y etapas al momento de elaborar una ruta turística, también se debe tomar en cuenta cada eje estratégico y el cómo estos van a involucrarse en el territorio, puesto que allí se determina el enfoque adecuado con el que se va a desenvolver el proyecto. Dentro de este marco también es preciso mencionar que una vez desarrollada la ruta

turística en base a cada parámetro expuesto con anterioridad, debe ser evaluada oportunamente con el propósito de que esta logre su aprobación.

De este modo, en relación a las herramientas que se utilizan para la evaluación de una ruta turística, es necesario hacer referencia al vínculo que estas mantiene con los gobiernos locales, pues allí se firman convenios de transferencia de competencias turísticas con aquellas instituciones que tengan la capacidad de gestionar y dictaminar ordenanzas, leyes y reglamentos para el desarrollo de la actividad turística, como se menciona en Zúñiga (2015), estas herramientas son utilizadas tanto por establecimientos descentralizados como por los no descentralizados (Ver figura 9).

Figura 9

Herramientas para evaluar rutas turísticas



Nota. Tomado de Zúñiga (2015).

Una ruta turística se considera como una red de valor y riqueza, por lo cual está formada por recursos culturales, naturales y patrimoniales, elementos que deben promocionarse y comercializarse de una manera sostenible, siempre que se busque el desarrollo socioeconómico de los territorios en donde se desarrolla la ruta, conservando

responsablemente los recursos como menciona Castellanos et al., (2013, como se citó en Orgaz & Moral, 2016), por otro lado la Organización Mundial del Turismo (2003) menciona que la actividad turística logra apoyar al crecimiento de una zona determinada, por ende aumenta las conexiones con respecto a una economía local al ser parte del desarrollo sostenible, de esta manera se obtienen beneficios para los territorios relacionados con determinada ruta turística, en definitiva se establece una estrecha relación de apoyo entre las zonas y el sector público o privado.

Por tal motivo, se puede considerar a una turística como un punto valioso para los sectores que estén involucrados, de manera que logra fomentar la actividad económica local, donde beneficia a la creación de nuevos emprendimientos relacionados al turismo y por consecuente, genera fuentes de empleo que propician ingresos económicos locales.

Rutas turísticas como herramienta de desarrollo

Las rutas turísticas buscan enlazar sitios de interés que compartan una misma temática, vinculando sitios y agrupando localidades, comunidades, atractivos, elementos, entre otros, los cuales están coordinados dentro de un territorio determinado, manteniendo una estructuración en forma de red, por esta razón, se puede considerar a estas rutas turísticas como una de las herramientas más utilizadas para fomentar el desarrollo de un territorio. Una ruta turística busca algo que la caracterice y se desarrolla en base a ello además de establecer un nombre innovador, con esta particularidad se busca ofrecer a los turistas entrenamiento y placer a medida que se desarrollan actividades características a la ruta. (Gambarota & Lorda, 2017).

El principal propósito que tiene el desarrollo local en relación al turismo es mejorar notablemente el nivel y calidad de vida de quienes habitan en un determinado territorio, por esta razón las rutas turísticas son una actividad que se la reconoce como propulsoras del desarrollo pues busca la integración de varios elementos que la distinguen de otras rutas de manera ordenada. (Abellán, 2008, como se citó en Gómez & Lucio, 2020).

Una ruta turística logra ser indispensable dentro de la promoción de una región debido a que favorece a la instauración de redes, que tienen como propósito la creación de fuentes de empleo a través de emprendimientos relacionados a la actividad turística, para de esta manera asegurar el desarrollo regional (Gambarota & Lorda, 2017, p.355). En este contexto, se generan determinadas oportunidades (Ver figura 10) que deben ser aprovechadas para que una ruta turística logre potencializarse.

Figura 10

Rutas turísticas como estrategias para promover el desarrollo local



Nota. La figura presenta oportunidades de las rutas turísticas. Recuperado de El turismo como desarrollo local, por Gambarota & Lorda (2017, p. 355).

Para el diseño de rutas turísticas se evalúan cuáles son las oportunidades que poseen, además de considerar a estos elementos resultantes como ejes elementales en relación al desarrollo de la localidad, de modo que la participación entre los involucrados se maneje

responsablemente, a fin de obtener resultados equitativos ya que gran funcionalidad de una ruta depende de la comunidad en la que se desarrolla.

Es importante mantener una estrecha relación entre el desarrollo local, la sostenibilidad y las rutas turísticas, principalmente porque debe existir un aprovechamiento responsable de los diferentes recursos que existen en un territorio, ya sean estos naturales o culturales, con la finalidad de evitar el deterioro y satisfacer las necesidades de los habitantes que conforman una zona, de manera que se defina una proyección a corto y largo plazo, así lo asegura Xercavins et al. (2005). Es importante mencionar que el éxito de una ruta turística radica en tener una correcta planificación integral, manejar de manera adecuada los instrumentos de coordinación, poseer una gobernanza competente, y sobre todo tener un enfoque sostenible. El compromiso que mantienen las comunidades locales juega un papel fundamental al momento del diseño y puesta en marcha de las rutas turísticas, así como en la propuesta de una imagen de marca, y por supuesto, el manejo de herramientas relacionadas con el marketing turístico, a fin de tener una correcta promoción y difusión de la ruta. (Gambarota & Lorda, 2017)

En cuanto a la finalidad de una ruta turística Garín (2013) menciona que se busca aumentar la actividad turística dentro del territorio en donde se va a desarrollar la ruta ya establecida, además de producir riqueza mediante la creación de nuevas fuentes de empleo. Según el Ministerio Coordinador de Patrimonio, las rutas turísticas permiten generar concientización y sensibilización a los habitantes de la zona en donde se desarrolla la ruta, como a los turistas sobre temas ambientales, culturales, históricos, entre otros, de manera que se fomente el dialogo entre turistas y prestadores de servicios, con el fin de promover colaboraciones económicas para mejorar el desarrollo de la ruta turística. (2012, como se citó en Sandoval, 2018).

Existen varios desafíos a los que se enfrentan las rutas turísticas, los cuales tienen origen desde la ausente organización que posee la oferta, la escasa promoción turística referente a los servicios que se brindan, la falta de apoyo e incentivos económicos por parte de

organizaciones públicas o privadas, la poca afluencia turística, e incluso el poco mantenimiento de las estructuras, así como la escasa participación local. Por esta razón, a la hora de crear una ruta turística se busca la revalorización y sobre todo la reactivación del patrimonio que se encuentra en abandono, de modo que se adecue la infraestructura abandonada o destruida, a fin de ofertar usos relacionados al turismo. (Martínez & Josep, 2009).

Sin duda alguna las rutas turísticas tienen un efecto positivo tanto económico como social, pues fomentan la generación de nuevas oportunidades en cuanto al tema de empleos ya sea de manera directa e indirecta. Una ruta procura brindar un recorrido placentero al turista, en el que se visitan distintos sitios de interés, de manera que se oferten servicios y facilidades, con el objeto de proyectar la participación de emprendedores turísticos que brindan asistencia personalizada e innovadora.

Pues bien, según la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo en conjunto con Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública, manifiestan que la restauración de la línea férrea tuvo como objetivo la dinamización de la economía local en los territorios involucrados, para ello se busca impulsar el desarrollo económico, además de la cooperación por parte de actores tanto públicos como privados, el cual se fundamenta bajo un punto de vista turístico cultural, patrimonial y solidario, de manera que se desarrollan ideas que ayudan al alcance de las metas propuestas, basándose en la Constitución y en el Plan del Buen Vivir (2013, como se citó en Sandoval, 2018).

Así mismo Sandoval (2018) menciona que la ruta turística Tren del Hielo II tuvo inicios en el año 2013 y tuvo la oportunidad de enlazar a dos provincias muy conocidas de la Sierra Ecuatoriana tal fue el caso de Tungurahua y Chimborazo, como resultado se obtuvo una estrecha relación entre el emprendedor y el desarrollo de una actividad económica lo que posibilitó la prestación de productos y servicios vinculados a la actividad turística, es así que gracias a la recuperación del ferrocarril se logró generar nuevas oportunidades de empleo a fin de mejorar el estilo de vida de los territorios que formaron parte de aquella ruta.

Emprendimientos turísticos

Generalidades de los Emprendimientos turísticos

Como indica Ospina, en los últimos tiempos se ha visto reflejada la intervención en los servicios turísticos por parte de las poblaciones locales pues buscan aprovechar la motivación que demuestran los turistas al ejecutar su viaje, tal como es el desarrollo de actividades vivenciales y experienciales de manera personalizada, es allí donde nace la idea de generar e impulsar emprendimientos turísticos por parte de las localidades, con el propósito de generar beneficios económicos y sociales. Por otro lado, se busca dar solución a las necesidades de las personas que pertenecen a un sector determinado, de este modo, se combinan actividades tradicionales y alternativas relacionadas al turismo, por lo que juega un papel fundamental la intervención activa de quienes son dueños de los recursos, pues se busca un beneficio colectivo, siempre y cuando este sea de uso responsable. (2018, como se citó en Gómez & Ramírez, 2021).

De esta manera, como indica Rodríguez (2009) actualmente los emprendimientos con considerados como una acción clave dentro de una región, pues trae consigo beneficios económicos y sociales al desarrollar productos y servicios innovadores que buscan superar las expectativas que tienen los clientes de modo que, satisfagan sus necesidades. Se busca generar emprendimientos basados en el aprovechamiento de oportunidades que se relacionan a la innovación, de esta manera se transforma la voluntad en actos que hacen posible la creación de nuevas ideas de negocios que estén relacionadas en el ámbito turístico (2009, como se citó en Polanco et al., 2020)

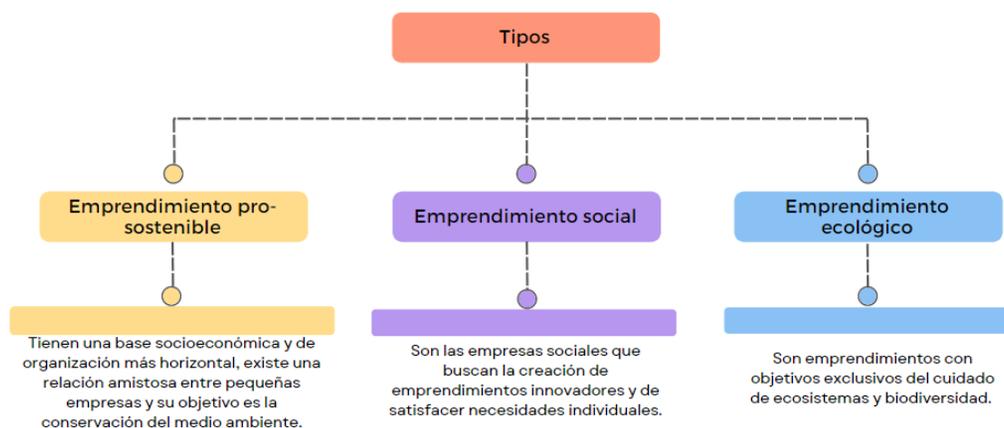
De tal manera, se puede definir a los emprendimientos turísticos como la iniciativa empresarial direccionada ya sea por una o por varias personas, con la finalidad de ofrecer servicios o productos enfocados a las preferencias de los visitantes, mismos que se pueden tener un enfoque direccionado al alojamiento, alimentación, recreación, diversión, entretenimiento, transporte, entre otros, como lo manifiesta Neto & Ng (2017).

Pues bien, el emprendimiento turístico tiene una estrecha relación con el emprendedor, a quien Burnett lo define como “un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos el cual moviliza los recursos una zona de bajo rendimiento a una con alta productividad, se hace referencia a que el éxito del emprendedor no solo es importante para el individuo sino para la sociedad en sí” (2000, como se citó en Neto & Ng, 2017). Además, Fontano (2019) menciona que cuando una persona posee la oportunidad de convertirse en emprendedor turístico, tiene el don de intervenir en una comunidad con el propósito de promover la cultura, también, buscan cautivar la fidelidad de los clientes con el propósito de generar una promoción de boca a boca positiva, fuera y dentro del territorio en donde se desarrolla el emprendimiento.

Los emprendimientos turísticos se componen por varias condicionantes, entre las cuales se puede mencionar las externas e internas, donde se relacionan de cierta manera: la planificación, organización, dirección, control, y construcción de un negocio turístico (Fernández, 2009). Así mismo, se menciona que los emprendimientos turísticos se clasifican por la capacidad que poseen para crear riqueza, crecimiento, bienestar y también el tipo de servicios que se oferta al mercado consumidor, según Valdez & Duque (2013, como se citó en Polanco et al., 2020) existen tres tipos de emprendimientos (ver figura 11).

Figura 11

Categorización de emprendimientos



Nota. La figura presenta los tipos de emprendimientos. Recuperado de Análisis del emprendimiento turístico en Ecuador y su impacto en la sociedad, por Polanco et al. (2020, p. 61).

Dentro de este marco, es importante mencionar que el direccionamiento que manejan los emprendimientos turísticos tiene algo en común, ya que no se enfocan solamente en generar ingresos económicos, sino que también se preocupan por cooperar con el desarrollo local y la generación de fuentes de empleo para las personas de la localidad, sin olvidar la responsabilidad que deben mantener con la cultura, el ambiente y las políticas.

Los emprendimientos turísticos brindan grandes beneficios a la comunidad involucrada, tal es el caso de la integración, la participación, el bienestar colectivo, la generación de oportunidades en relación a los empleos y por consecuente los ingresos económicos percibidos, la mayoría de estos negocios turísticos tienen cierto vínculo con la sostenibilidad, ya que se busca la conservación del entorno natural social y económico.

Diagnóstico estratégico de los emprendimientos turísticos

Como indica Boullón (2006) el apoyo fundamental de una correcta planificación turística y de la dirección de un destino, es sin duda alguna el emprendimiento turístico, el mismo que brinda competitividad a un territorio, para que este pueda llevarse a cabo es necesario que se tenga en cuenta atractivos de carácter natural o cultural, infraestructura turística, servicios y sobre todo la cooperación por parte de la población, para generar una red de servicios que buscan producir nuevas fuentes de empleo, con el propósito de mejorar la calidad de vida de los pobladores del territorio involucrado, a fin de producir ingresos económicos. Como ya se estableció con anterioridad, se determinaron tres tipos de emprendimientos como son los pro-sostenibles, sociales y ecológicos, los cuales “tienen un eje común, puesto que no solamente buscan la generación de ingresos sino también un desarrollo social y cuidado ambiental de un territorio” (Polanco et al., 2020, p. 61).

En relación con este tema, Amate & Guarnido (2011), manifiestan que, con la creación de emprendimientos se busca mejorar la calidad de vida de las personas que habitan determinado sector, basándose en el aporte económico que estos negocios producen, así también, mencionan que es necesario aplicar las bases correspondientes en cuanto a políticas públicas fundamentadas en el ámbito social. También se establece que es importante valorar los recursos locales que posee un territorio, basándose en una economía sustentada, por lo que los representantes deben cumplir con acciones responsables, a fin de que se cumplan los objetivos determinados, como lo señalan Carvajal & Burbano (2011, como se citó en Mendoza & Loja, 2018).

Evidentemente se ha determinado que el Ecuador posee una gran riqueza natural y cultural, por ello debe ser aprovechada conscientemente de manera que se asegure el bien común; al diseñar rutas turísticas enfocadas en estos recursos, se fomenta el consumo responsable a fin de fortalecer su conservación, dado que la sostenibilidad va ligada a su creación, pues se busca generar un impacto positivo en el ámbito social, ambiental, cultural y económico. Así mismo, los emprendedores juegan un papel fundamental, pues estos deben cumplir con particularidades relacionadas a factores motivacionales, características personales, físicas e intelectuales además de competencias generales como el liderazgo y la dirección, con el fin de asegurar el cumplimiento de las metas propuestas, así lo indica Sánchez (2003, como se citó en Toapanta et al., 2022).

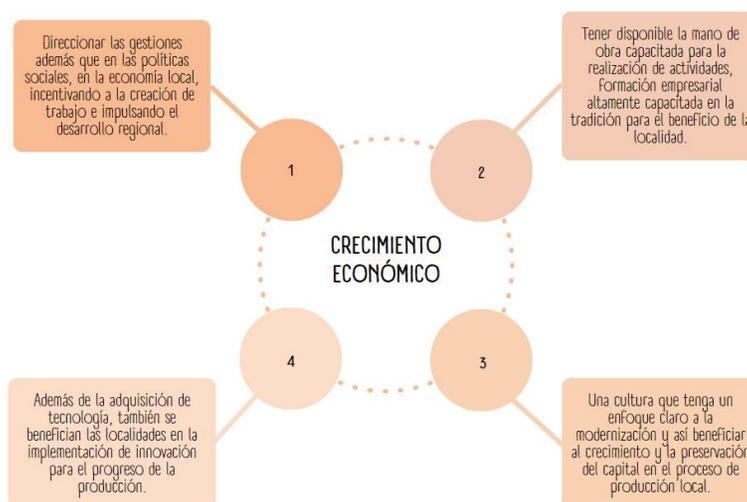
Como mencionan Kantis & Federico (2007) y Lebendiker et al (2010), para crear un negocio es necesario atravesar por un proceso sistemático y multidimensional que posibilite una mejor comprensión sobre las políticas públicas, el accionar y los programas. La competitividad turística se define como el proceso por el que las compañías actúan de forma conjunta, ya que están relacionadas con un ambiente que afecta a su comportamiento empresarial (como se citó en López, Lavayén, Fernández, & Ramírez, 2019).

Asegurar el éxito de un emprendimiento turístico depende principalmente de quién está detrás de su ejecución, pues para manejar este cargo es necesario poseer ciertas actitudes y aptitudes, dado que el entorno empresarial juega un rol importante al momento de la toma de decisiones, por ende, el emprendedor debe estar dispuesto a tomar iniciativas arriesgadas e incluso complicadas, asumiendo la responsabilidad de sus actos, en definitiva, esta persona siempre busca beneficiar su negocio de manera comprometida. Es necesario que el emprendedor esté dispuesto a escuchar recomendaciones tanto del equipo de trabajo como de terceras personas, como por ejemplo los mismos turistas, con la finalidad de mejorar el servicio prestado, poniendo a consideración la innovación dentro del emprendimiento y tener confianza de obtener resultados positivos (Jáuregui & Carmona, 2014).

Debe señalarse que para la creación de nuevas fuentes de empleo es necesario tomar en cuenta los requerimientos pertinentes, así como la promoción no solo del emprendimiento sino del territorio completo, el haber cumplido con el respectivo proceso técnico y operativo también el asegurar un desarrollo económico de manera colectiva. Según Carvajal & Burbano (2011, como se citó en Pesántez et al., 2020) existen factores que encaminan al crecimiento económico de la población (ver Figura 12).

Figura 12

Factores que encaminan al crecimiento económico de la población



Nota. Tomado del documento Estrategias de emprendimiento para el turismo comunitario, por Pesántez et al. (2020, p. 808).

Se debe tomar en cuenta que únicamente la creación de emprendimientos turísticos no va a beneficiar a que la localidad tenga un crecimiento económico notable y sostenible, sino que también se debe tomar a consideración los factores que impulsan al crecimiento de la población en cuanto a economía. Se han verificado factores muy importante en cuanto a la viabilidad de emprender, el primero es el desarrollo económico local el cual se relaciona con las instituciones vinculadas, ya sean estas públicas o privadas, dado que se trabaja para el desempeño de ventajas competitivas en relación al fortalecimiento de la comunidad; el segundo factor es la generación de empleos relacionados a la conservación de un territorio y el tercer factor es el ofrecer facilidad al emprendimiento que se desarrolla de manera individual o colectiva, con el propósito de generar una ventaja competitiva, así lo mencionan Carvajal & Burbano (2011, como se citó en Pesántez et al., 2020), por lo que se debe crear un marco de política local a base de ciertos requisitos (ver figura 13).

Figura 13

Requisitos para poder conformar un marco de política local



Nota. Tomado de Estrategias de emprendimiento para el turismo comunitario, por Pesántez et al. (2020, pág. 810).

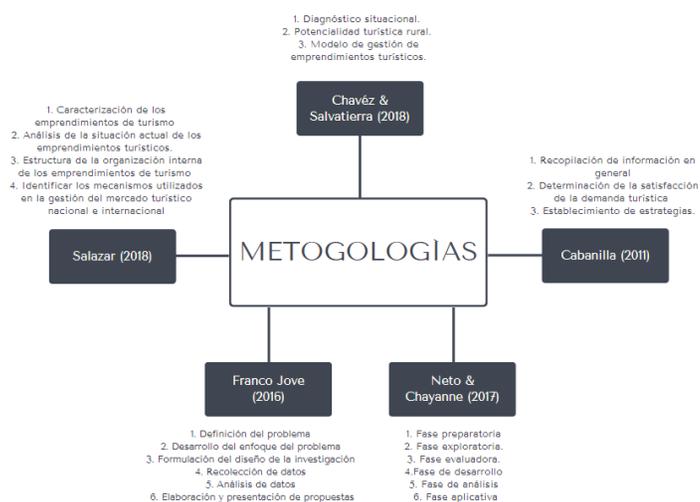
Ahora bien, Cesar (2016) menciona que se espera que la actividad turística este conformada por emprendedores que se encuentren preparados para los cambios que puedan surgir, pues todos los días la industria está en constante innovación, además de ser flexibles al momento de formar redes de cooperación, conformando así el “eslabón de una cadena”, con el objetivo de brindarle al turista todo lo que está buscando e incluso hasta más. (como se citó en López et al., 2019).

Los emprendimientos nacen a partir de una idea que se establece con el propósito de satisfacer las distintas necesidades que tiene el ser humano, Schnarch-Kirberg establece que la creación de un emprendimiento va da desde huella que este tenga conforme al bienestar territorial. La puesta en marcha de un negocio significa tener la posibilidad de generar nuevas fuentes de trabajo, así como de aprovechar aquellos cambios tecnológicos existentes que benefician al posicionamiento y competitividad dentro del mercado empresarial (2014, como se citó en Pesántez et al., 2020).

Los emprendimientos turísticos deben ser evaluados tanto en el ámbito de viabilidad como en el estratégico, por tal motivo se indica en la figura 14, varios criterios que deben ser tomados en cuenta para la evaluación de estos, según distintos autores.

Figura 14

Metodologías analizadas para la evaluación de los emprendimientos



Nota. Tomado de Olmedo (2021, p. 37)

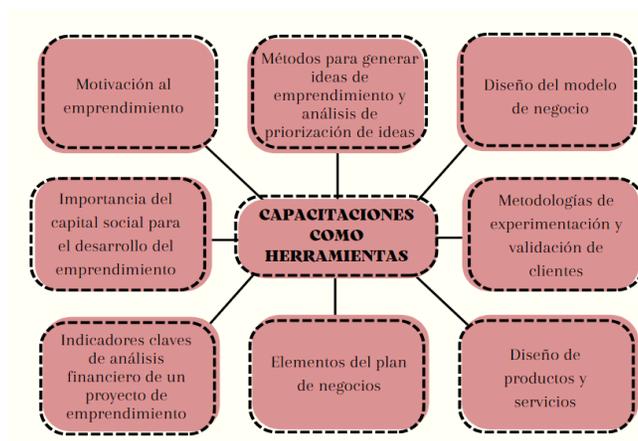
De esta manera, varios autores han puesto a consideración diferentes métodos que pueden ser implementados a la hora de evaluar un emprendimiento turístico y escoger uno que se adapte al negocio propuesto, va a depender de las situaciones a las que esté enfrentando, pues previamente se debe hacer un análisis sobre la factibilidad de emprender y la aplicación de estas metodologías se da con el propósito de asegurar el triunfo del negocio.

Direccionamiento estratégico de los emprendimientos turísticos

Para que los emprendimientos turísticos logren su desarrollo, es importante reconocer que juega un papel fundamental el poseer recursos naturales o culturales, la intervención por parte de la localidad, los servicios puestos a consideración de los turistas, el asociarse con organizaciones que apoyen el éxito del negocio y la infraestructura, por esta razón es indispensable que los emprendedores estén en constante asesoría, con el objetivo de potencializar el desempeño de quienes conforman estos negocios, además de que logren reconocer las oportunidades que presenta el mercado, cabe recalcar que actualmente la demanda es muy exigente (Ministerio de Turismo, 2018). Por esta razón se considera como una herramienta necesaria brindar capacitaciones (ver figura 15) que estén enfocadas a los emprendedores y a los emprendimientos turísticos.

Figura 15

Capacitación como herramienta



Nota. Tomado del Fomento al Emprendimiento Turístico y Mejoramiento de las Mipymes Turísticas de la TEA (Actividad emprendedora temprana), por Ministerio de Turismo (2018, p. 37).

Varios establecimientos trabajan para determinar direccionamientos y metodologías que sean aplicadas al momento previo, durante y después de la ejecución de un emprendimiento turístico, por lo cual es necesario establecer objetivos de funcionalidad para el negocio.

Como lo señalan Muñoz & Fuentes, la planificación es un pilar fundamental al momento de llevar a cabo un emprendimiento turístico, se pueden obtener resultados desastrosos en cuanto a la funcionalidad del negocio, pues al no tener una correcta organización, existe el riesgo de cometer errores y por consecuente resulte ser considerado como no factible, muchas de las veces los emprendimientos turísticos únicamente proyectan su esfuerzo hacia la competitividad, mas no se enfocan en otros elementos como la innovación e incluso la promoción, estos elementos intangibles hacen parte del éxito de un emprendimiento (2013, como se citó en López et al., 2019).

El Ministerio de Turismo (2018) menciona que los emprendimientos turísticos deben ir mas allá de la promoción que a este se le pueda brindar, es decir que en relación a las políticas públicas es necesario fomentar la competitividad a través de ciertas estrategias empresariales, con el objetivo de que estos establecimientos se mantengan emergentes y exitosos.

Meléndez et al., (2015) y el Programa de Cooperación al Desarrollo Económico (2014, como se citó en Galarza, 2018), mencionan que la promoción turística debe estar enfocada en brindar información a los turistas sobre los atractivos naturales y culturales, la distinción de la competencia en cuanto a infraestructura y servicios, además de infundir confianza y buena reputación, con el objetivo de que los consumidores no duden en gastar.

Andrlic establece que la conducta de los clientes interesados se puede definir como el mismo comportamiento que poseen los compradores que disfrutan del consumo de recursos de

uso personal, y se vincula con la dirección del marketing, ya que el turista se ve relacionado con los estímulos que puede generar (2010, como se citó en Guerrero, 2017).

Antes de generar estrategias en torno a los emprendimientos turísticos, es importante que se haga una evaluación relacionada al mercado, para conocer a la competencia, las preferencias de los consumidores, cuanto están dispuestos a pagar por consumir el servicio ofrecido, entre otros, por tal razón, Yamasqui (2016) menciona que existen tres formas de reconocer una oportunidad, la primera manera es observar las tendencias a través de un estudio económico, social, tecnológico e incluso político; la segunda manera trata de solucionar el problema propuesto y la tercera forma es hallar nuevos nichos de mercado, basándose en los productos o servicios preferidos por el consumidor.

Debe señalarse que las estrategias están formadas por la creación de ventajas competitivas, lo que lleva al emprendimiento a diferenciarse de la competencia, pero es necesario el cumplimiento obligatorio del objetivo con el que el emprendimiento fue creado. Es necesario que dentro de los negocios se desarrollen estrategias encaminadas a dar solución a los problemas tanto internos como externos a los que este pueda enfrentarse, con el objetivo de cumplir con las metas propuestas.

Picón, Erazo, y Narváez, indican que al realizar una selección de una estrategia se debe tomar en consideración los aspectos intrínsecos y del exterior, que no llegue a la afectación de la organización. Es por eso que el líder de las estrategias en la empresa siempre considera su elección de estrategia basándose en el cálculo de la pérdida y ganancia que obtendría la empresa por la estrategia elegida, aunque la decisión es basarse dentro de un análisis racional, con la previsión de una probabilidad con respecto a la teoría de juegos (2019, como se citó en Pesántez et al., 2020, p. 814)

Emprendimientos turísticos como una alternativa para el desarrollo

Hablando de manera general, la actividad turística desarrolla cierto efecto multiplicador dentro del territorio determinado, lo que produce grandes beneficios, aquí juega un papel

esencial el tema de la inversión privada, aumento de la infraestructura turística, el origen de los emprendimientos, la producción de nuevas fuentes de empleo y como consecuente el mejoramiento de la calidad de vida e ingresos económicos de quienes conforman la comunidad vinculada. (Mendoza & Loja, 2018).

Ahora bien, Ospina (2018) menciona que comúnmente se desarrollan emprendimientos turísticos enfocados en un ámbito social, que buscan un beneficio colectivo, mediante la unión de sus propósitos y restricciones, estos negocios logran consolidar el desarrollo de la comunidad local.

Palomino et al (2016) & Narváez et al (2018) afirman que, dentro de los negocios turísticos es indispensable la cooperación comunitaria, a fin de que el turismo sea tomado en cuenta como un fragmento importante del territorio, es por eso que necesariamente se debe generar un vínculo sinérgico con actores o representantes locales para llegar a convenios consensuados (como se citó en Gómez & Ramírez, 2021).

Es por ello que para emprender en turismo es necesario saber identificar cuando alguna oportunidad se presente, por esto, el MINTUR (2018) establece tres consideraciones las cuales se detallan a continuación:

- Pensar en actividades turísticas que le entusiasma al emprendedor
- Realizar un estudio sobre de la cadena de valor turística
- Realizar una investigación sobre la demanda turística (p. 20)

El turismo ofrece una amplia gama de oportunidades, es un mercado competente y variado además de brindar un sinnúmero de beneficios, por tal motivo, es factible emprender en la actividad turística, se obtienen resultados favorables siempre y cuando se realice el correspondiente estudio en relación al análisis de la idea de negocio, por esta razón el MINTUR (2018) pone a consideración varias opciones que pueden ser desarrolladas por emprendedores vinculados al turismo (Ver Tabla 1).

Tabla 1*Opciones de emprendimiento en turismo*

Alojamiento turístico	Hotel, Hostal, Hostería, Hacienda Turística, Lodge, Resort, Refugio, Campamento turístico.
Servicios de alimentos y bebidas	Restaurante, Cafetería, Bar, Discoteca, Fuente de Soda.
Operación	Operadores turísticos.
Transporte turístico	Líneas de transporte aéreo nacional e internacional, Servicios de transporte turístico: terrestre, marítimo y fluvial.
Intermediación	Agencias de viajes: internacionales, mayoristas, dual*. *Agencia de viajes Internacional y Operador Turístico.

Nota. Tomado de la Guía de emprendedor turístico, por el Ministerio de turismo, 2018, p. 33).

En relación a las opciones presentadas anteriormente, las cuales se relacionan al tipo de emprendimientos que se pueden llevar a cabo, se logra apreciar la variedad de oportunidades que se tiene en el país, emprender busca satisfacer las necesidades de los consumidores, los cuales siempre están en constante cambio, por tanto, es importante conocer cuáles son las preferencias de los turistas a fin de obtener resultados positivos en el negocio, además de hacer una correcta evaluación sobre la comunidad en el que se va a desarrollar el proyecto, la cual va a obtener beneficios a gran escala a medida que se creen nuevas fuentes de empleo.

En esta misma línea, para lograr un desarrollo endógeno es importante la cooperación de los territorios locales, con el propósito de que estos puedan determinarse como principales representantes para el uso responsable de sus recursos, de manera que salvaguarden sus costumbres y tradiciones y aseguren el crecimiento económico (Palomino et al., 2016). De

acuerdo con Moscoso, cuando se realiza un tipo de destino turístico basado en una perspectiva territorial es importante la elaboración de una hoja de ruta, la cual se enfoque al desarrollo sostenible y sustentable (2013, p.12, como se citó en Gómez & Ramírez, 2021, p. 191).

Se busca que los emprendimientos además de cumplir los objetivos con los que se inició, beneficien a la localidad y a quienes la conforman de una manera colectiva, a medida que cumpla con un desarrollo sostenible tanto en los ámbitos ambientales, culturales, sociales y sobre todo económicos para que la localidad mejore su estilo de vida sin dejar a un lado las raíces que la caracterizan.

Pues bien, una de las rutas turísticas que generó innumerables emprendimientos turísticos es la ruta turística Tren del Hielo II, la cual constaba con cuatro estaciones como son: Ambato-Mocha-Urbina-Cevallos-Ambato, era una ruta en donde se visitaban atractivos naturales y culturales, además de brindar facilidades turísticas, y sin olvidarse de los emprendimientos que ofrecían todo tipo de productos y servicios relacionados a esta ruta y a su localidad. Según el trabajo de investigación de Sandoval (2018) denominado como "Impacto económico generado en los emprendedores de la ruta turística "Tren del Hielo II", existían veinte emprendimientos que se relacionaban de manera directa con esta ruta.

Figura 16

Negocios que se desarrollaron en función a la ruta Tren del Hielo II



Nota. Tomado de Sandoval (2018, p. 82).

Para cuando se hizo la investigación pertinente algunos de los emprendimientos ya habían suspendido sus servicios; con el cierre del tren y respectivamente con la ruta Tren del Hielo II, muchos de estos emprendimientos se vieron negativamente afectados por las pérdidas económicas que obtuvieron, y no solamente se toman en cuenta los negocios que se relacionan de manera directa con la ruta, sino también los que se vinculan de manera indirecta, en definitiva, la mayoría de emprendimientos turísticos cerraron sus puertas y los que no, buscan darle solución a un problema crítico.

Capítulo II

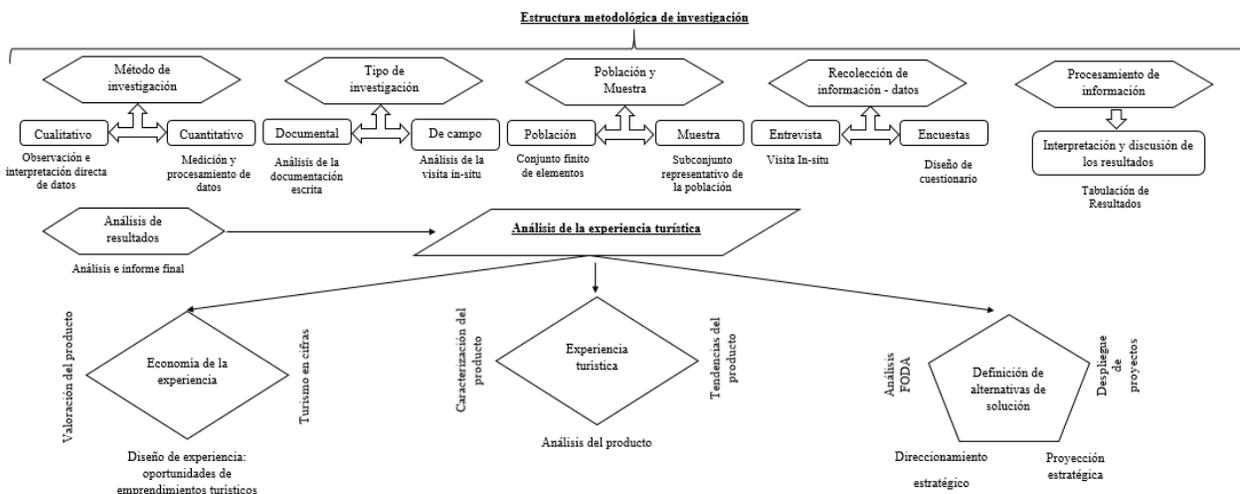
Marco Metodológico

Hernández et al. (2014) argumenta que “la investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema” (p. 4). De acuerdo a Kerlinger “...la investigación científica es una investigación sistemática, controlada, empírica y crítica, de proposiciones hipotéticas sobre supuestas relaciones que existen entre fenómenos naturales” (1985, p.7, como se citó en Dávila, 2006). De la misma forma Arnal, Del Rincon, & Latorre (1992) señalan que “La investigación científica es una actividad intelectual organizada, disciplinada y rigurosa, que se concreta en el método científico,” (p. 21).

Dentro de este marco, la investigación se fundamenta bajo la propuesta metodológica de Hernández, Fernández & Baptista, así como en la propuesta metodológica sobre el análisis de las experiencias turísticas del Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) del año 2017, como resultado se presenta la figura 17, en donde se expone el proceso a seguir para el desarrollo del proyecto.

Figura 17

Estructura de la metodología



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

Método de investigación

Cualitativo

Según Hernández et al. (2014) señalan que el enfoque cualitativo “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). En este mismo contexto Blasco & Pérez (2007) mencionan que este enfoque “... estudia la realidad en su contexto natural tal y como sucede, sacando e interpretando los fenómenos de acuerdo con las personas implicadas” (p. 17).

En efecto, para el desarrollo de la investigación se hizo uso del enfoque cualitativo, considerando que se realizó una entrevista tanto a los expertos como a los representantes de los emprendimientos turísticos que se desarrollaban dentro la ruta Tren del Hielo II, con el fin de analizar las características de los fenómenos sociales y económicos que generaba esta ruta antes de su cierre, para establecer un marco conceptual bajo las variables establecidas.

Cuantitativo

Desde el punto de vista de Hernández et al. (2014) el enfoque de investigación cuantitativo “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis [...] con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (p. 4). Del mismo modo Neill & Cortez (2018) señalan que gracias a la investigación cuantitativa se ejecutan análisis estadísticos a partir de los resultados obtenidos, con el propósito de alcanzar respuestas teóricas.

En este contexto, la investigación se basó en un enfoque cuantitativo, por lo que se toma en consideración los datos recolectados por medio de las encuestas realizadas a las personas vinculadas con la ruta Ten del Hielo II, con el objetivo de procesar los datos obtenidos a través de un análisis cuantitativo en el que se conozca la situación real a la que se enfrentó la ruta tras su cierre, a fin de conseguir respuestas claras y en base a ello fundamentar los resultados alcanzados.

Tipo de investigación

Documental

Como lo señala Bavaresco (2013) la investigación documental "...permite un conocimiento previo o bien el soporte documental o bibliográfico vinculante al tema objeto de estudio, conociéndose los antecedentes" (p. 28); bajo la misma idea Hernández et al. (2014) manifiesta que este tipo de investigación va de la mano con la revisión literaria, mediante documentos bibliográficos que permiten la recopilación de datos claves, a fin de que contextualizar el problema de investigación.

En concordancia a lo expuesto, el desarrollo del proyecto se basó en un tipo de investigación documental, por lo que se empleó el uso de herramientas bibliográficas relacionadas a la ruta turística Tren del Hielo II, con el propósito de comprender el tema de estudio en base a la información histórica evidenciada, para obtener datos fundamentales que ayuden a comprender las razones por las que esta ruta fue cerrada, así como también conocer la situación económica y social a la que se enfrenta, a fin de contribuir en el direccionamiento y elaboración de estrategias basadas en la generación de experiencias turísticas que sean implementadas en los emprendimientos.

De campo

Desde el punto de vista de Campos & Lule (2012) la investigación de campo "se caracteriza por orientarse a la búsqueda de información *in situ*, es decir, en el lugar que se presenta el tema a estudiar" (p. 87); del mismo modo Hernández et al. (2014) relacionan el trabajo de campo con la experiencia adquirida por parte del investigador al introducirse en el entorno de estudio, considerando que las variables pueden ser manipuladas.

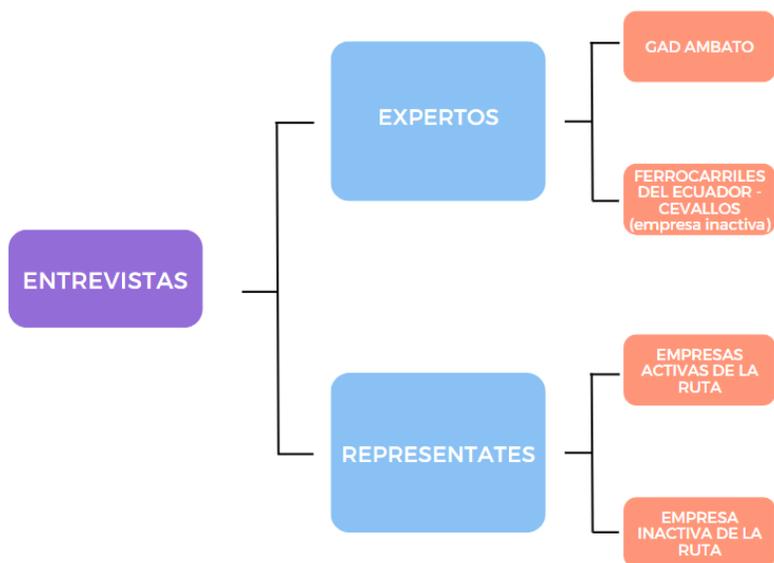
En relación a lo expuesto, el proyecto se desarrolló con un enfoque investigativo de campo, tomando a consideración que se llevó a cabo una visita exploratoria en los territorios que conformaban la ruta turística Tren del Hielo II, con la finalidad de reconocer el ambiente en el que se va a desarrollar el análisis, para adquirir experiencia y definir el área en donde se van a recolectar los datos de estudio.

Población y Muestra

Según Hernández et al. (2014) la población es la unión de casos relacionados entre sí mediante especificaciones puntuales; así mismo Arias (2006) define que “ésta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio.” (p. 81). En cuanto a la muestra (Hernández et al. (2014) señalan que es la selección de un pequeño conjunto de casos, en base a la población establecida; de la misma forma Arias (2006) establece que “La muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible” (p. 83).

En este sentido, para el desarrollo de la investigación denominado “Evaluación de la ruta turística Tren del Hielo II y su incidencia en los emprendimientos turísticos” se consideró la población finita establecida por el número de turistas que visitaban los negocios turísticos vinculados a la ruta Tren del Hielo II, que de acuerdo a Jenny Sandoval (2018) en su proyecto investigativo denominado “Impacto económico generado en los emprendedores de la ruta turística Tren del Hielo II” se toma en consideración que antes del cierre de esta ruta se encontraban aproximadamente 20 emprendimientos, los cuales siendo analizados dan un resultado del arribo de 5400 turistas.

De igual manera, para la aplicación de la entrevista se toma en cuenta específicamente a cinco personas vinculadas en la materia, correspondiente a dos expertos relacionados con el Gobierno Autónomo Descentralizado de Ambato y con Ferrocarriles Del Ecuador respectivamente en Cevallos, dos representantes de los emprendimientos turísticos activos de la ruta Tren del Hielo II y un representante de los emprendimientos inactivos como se indica en el siguiente esquema.

Figura 18*Personas entrevistadas*

Nota. Personas vinculadas a la Ruta Tren del Hielo II que fueron entrevistadas.

Así mismo, para el desarrollo de la encuesta se tomó en cuenta el número de turistas registrados según la investigación realizada por Sandoval en el año 2018 dentro de la ruta turística Tren del Hielo II, en donde se obtuvo un resultado de 5400 turistas, este dato sirvió como base para el cálculo de la respectiva muestra en donde se empleó la fórmula de la población finita como se detalla a continuación:

Tabla 2*Formula y calculo de la población finita*

Formula	
	$n = \frac{S^2}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{S^2}{N}}$
Descripción	
	n: Tamaño de la muestra

N: Número total de turistas (3.245)

Z: Nivel de confianza (0.95)

S: Desviación estándar de la población (0,5)

E: Error de estimación (0,05)

Cálculo

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

$$n = \frac{(0,5)^2}{\frac{(0,05)^2}{1,97^2} + \frac{(0,5)^2}{5400}}$$

$$n = 358$$

Nota. El calculo de la tabla se determinó en base a la llegada de turistas a la Ruta Tren del Hielo II del año 2017.

En este sentido, de acuerdo al respectivo cálculo se estableció la aplicación de 358 encuestas a los turistas que frecuentan los territorios vinculados a la ruta Tren del Hielo II, con el propósito de obtener información esencial que permitan conocer la situación actual de esta ruta turística y como tal, de los emprendimientos que la conformaban.

Recolección de información – datos

Entrevistas

Como lo expresan Hernández et al. (2014) la entrevista es “una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados)” (p. 403); bajo el mismo ideal Díaz et al. (2013) argumenta que “la entrevista es más eficaz que el cuestionario porque obtiene información más completa y profunda” (p. 163).

En este sentido, para el desarrollo del proyecto se levantó información mediante la aplicación de una entrevista (Ver Anexo 2) dirigida a los expertos y a los representantes de los emprendimientos operativos y no operativos que se desarrollaron en la ruta Tren del Hielo II,

por lo que para el diseño de la entrevista se tomaron en cuenta los objetivos de su aplicación, indicaciones específicas, datos generales sobre el entrevistado, seis preguntas abiertas relacionadas a la variable dependiente e independiente, con el objetivo de obtener datos íntegros sobre el tema de investigación para que este pueda ser profundizado y comprendido.

Encuestas

Hernández et al. (2014) manifiestan que las encuestas están conformadas por un cuestionario sustentado en base a interrogantes que se relacionan al factor que se va a medir, se puede señalar que es una herramienta usada de manera frecuente para recoger datos; en esta misma línea Tamayo (2004) determina que mediante las encuestas “la realidad que se obtiene es limitada por el tipo de pregunta” (p.47)

En consecuencia a lo planteado, dentro de la investigación se tomó en cuenta el desarrollo y aplicación de encuestas orientadas a los turistas que frecuentan visitar los territorios que formaban parte de la ruta turística Tren del Hielo II, es así que para la elaboración de la encuesta se tomaron en cuenta los objetivos de su aplicación, indicaciones específicas, datos generales sobre el encuestado, siete preguntas relacionadas a la variable independiente definida como ruta turística y siete preguntas vinculadas a la variable dependiente determinada como emprendimientos turísticos, la encuesta se basó en un formato tipo cuestionario con interrogantes cerradas, a fin de reunir datos importantes y provechosos que permitan conocer la opinión del visitante acerca del cierre de esta ruta, a través de su respectivo análisis.

Procesamiento de información

Interpretación y discusión de resultados

Hernández et al. (2014) sostienen que la interpretación de resultados “... tiene una manera única de ver el mundo y entender situaciones y eventos, la cual se construye por el inconsciente, lo transmitido por otros y por la experiencia, y mediante la investigación, debemos tratar de comprenderla en su contexto” (p. 9); del mismo modo Kerlinger y Lee (1986) menciona

que la discusión de resultados se basa en justificar las conclusiones derivadas de la interpretación de datos.

Bajo esas concepciones, el proyecto de investigación en relación al procesamiento de la información obtenida en base a las entrevistas y encuestas realizadas, buscó enfocarse en la interpretación y discusión de los resultados, a fin de generar conclusiones que ayuden a comprender las condiciones a las que se enfrentó la ruta Tren del Hielo II y percibir los efectos causados en los emprendimientos turísticos tras el cierre de esta ruta, favoreciendo así la fundamentación teórica de la investigación.

Análisis de resultados

Hernández et al. (2014) el análisis de resultados procura dar respuesta a aquellas interrogantes que nacen a medida que se desarrolla la investigación; asimismo, Bernal (2010) menciona que “después de haber analizado y discutido los resultados obtenidos en la investigación, es necesario redactar y entregar el informe final” (p. 227).

En tal sentido, toda la información recolectada y analizada en el transcurso de la investigación se establece a través de un informe en función de las experiencias turísticas del Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) del año 2017, con relación a la Ruta Turística Tren del Hielo II antes de su cierre, para tal efecto se fundamenta en los siguientes puntos:

Economía de la experiencia

Rivera (2013), menciona que, dentro de este tipo de economía el consumidor busca sentirse identificado con todo aquello que le generen experiencias inolvidables; así mismo el SERNATUR (2017) manifiesta que 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) de acuerdo al análisis de los siguientes puntos:

- a. **Valoración del producto:** En este punto, se hace un análisis sobre la materia prima, los bienes o servicios que se ofertaban dentro de la ruta y las experiencias generadas por los

turistas a través de una investigación documental, con el fin de darle valoración a la ruta turística Tren del Hielo II antes de su cierre.

- b. **Diseño de experiencia (oportunidades de emprendimientos turísticos):** En este punto se analiza a los emprendimientos relacionados a la ruta turística Tren del Hielo II y se identifican los factores que en su debido momento se vincularon con el éxito del negocio, con el propósito de definir la experiencia que cada uno de los emprendimientos brindaba a los turistas, en base a un análisis documental.
- c. **Turismo en cifras:** En esta parte de la investigación se realiza la recopilación de información de datos estadísticos basados en el número de turistas anuales que llegan al Ecuador, así como a la ruta turística Tren del Hielo II antes de su cierre, en base a una investigación documental, con el fin de conocer la situación turística y económica de los emprendimientos relacionados a la ruta.

Experiencia turística

Desde el punto de vista del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2021), definen a la experiencia turística como “la construcción de valor en cada una de las etapas de viaje, desde la concepción de la idea de visita hasta el regreso a su entorno habitual, generando efectos emocionales y significados en quienes lo viven” (p. 18). Dentro de este orden de ideas el SERNATUR (2017) menciona que la experiencia turística involucra de manera directa al turista, pues se vincula con sus procesos internos, por esta razón se toma a consideración un análisis a través de los siguientes puntos:

- a. **Caracterización del producto:** En este punto se pretende identificar los productos o servicios ofertados por los emprendimientos turísticos de la ruta Tren del Hielo II, además de reconocer cuáles de ellos eran los más consumidos y que los caracterizaba para ser elegidos por los visitantes, mediante el uso de herramientas documentales.
- b. **Análisis del producto:** En esta parte de la investigación, se busca analizar las preferencias que los turistas tenían al consumir un producto ofertado dentro de los

emprendimientos turísticos de la ruta Tren del Hielo II, a través de una investigación documental y de campo.

- c. **Tendencias del producto:** Dentro de este punto, el proyecto se centra en conocer los productos más consumidos por los visitantes y entender que necesidades satisfacían, además de identificar si los emprendimientos turísticos de la ruta Tren del Hielo II usaban medios de difusión para promocionar sus productos y servicios, de ser así determinar cuáles eran los que se ofertaban.

Definición de alternativas de solución

Para la Unidad de Evaluación de Programas de Buenos Aires UdEP (s.f.) la selección de alternativas de solución "... se realiza analizando su nivel de incidencia, de factibilidad y de viabilidad física, técnica, presupuestaria, ambiental, política, institucional y cultural de ser aplicada" (p.6), en esta misma línea el SERNATUR (2017) establece que "una vez que cuentas con suficiente información [...] estarás en condiciones de definir las características esenciales de la experiencia que ofrecerás" (p. 55), por lo que se realiza un análisis de los puntos expuestos a continuación:

- a. **Análisis FODA:** En este punto se plantea analizar el entorno interno de la ruta tren del Hielo II para definir las fortalezas y debilidades que posee, así como también identificar el entorno externo para establecer las que posee la ruta, mediante una investigación documental.
- b. **Direccionamiento estratégico:** Dentro de este punto se plantea estrategias en base a los componentes internos y externos previamente identificados en la ruta Tren del Hielo II, con el propósito de fomentar el equilibrio de los emprendimientos turísticos en base al trabajo en una sola dirección, a través de un estudio documental.
- c. **Proyección estratégica:** En esta parte de la investigación se busca establecer proyectos que se alineen a las estrategias y reflejen acciones a desarrollar por parte de los emprendimientos turísticos de la ruta Tren del Hielo II con el propósito de llamar la

atención de los turistas mediante la promoción de sus productos y servicios, con base en una investigación documental y de campo.

- d. **Despliegue de proyectos:** En este punto de la investigación se busca desplegar una propuesta para el desarrollo de un proyecto, en donde se vea reflejada la participación conjunta de los emprendimientos turísticos de la ruta Tren del Hielo II, con el propósito de que oferten sus productos o servicios a los visitantes, mediante la orientación de una investigación documental y de campo.

Capítulo III

Análisis y discusión de resultados

Introducción

Para el desarrollo de la investigación se tomó a consideración el modelo desarrollado por el Servicio Nacional de Turismo en el año 2017, el cual se basa en un manual de diseño de experiencias turísticas que tiene como objetivo principal “entregar los conocimientos, herramientas y orientaciones prácticas para diseñar experiencias turísticas de mayor calidad, atractivo y diversidad, contribuyendo así a mejorar la oferta turística” (SERNATUR, 2017).

Se evaluó las experiencias turísticas que generó en su momento la ruta turística Tren del Hielo II a través de los productos y servicios que ofertaban los emprendimientos que formaban parte de este maravilloso e inolvidable recorrido, partiendo del análisis de la experiencia turística en donde se describió el proceso histórico de la ruta, el desarrollo social y económico que tuvo a partir de su ejecución y el proceso por el que se enfrentó para convertirse en un recorrido extinto.

Seguido por el estudio de la economía de la experiencia, donde a través de una perspectiva financiera se valora la materia prima utilizada en su construcción, los productos o servicios ofertados a través de emprendimientos relacionados a la ruta Tren del Hielo II, además de recopilar datos estadísticos relacionados a la llegada de turistas internacionales al Ecuador y a la ruta.

Posteriormente en la experiencia turística se caracterizó y analizó los productos que hacían parte de esta ruta turística, además de identificar cuáles fueron las tendencias que resaltaron, mediante la tabulación y el respectivo análisis de las encuestas realizadas a los turistas. Finalmente, previo a un análisis FODA, se definen alternativas de solución a través de un correcto direccionamiento y proyección estratégica, que busque un bien colectivo dentro de la ruta Tren del Hielo II.

Análisis de la experiencia turística

En la historia del Ecuador se menciona la presidencia de dos personajes importantes, los mismos que impulsaron la construcción del ferrocarril, por un lado, Gabriel García Moreno que construyó 45 kilómetros de vías entre 1861 y 1875 las mismas que conducían a las rutas Yahuachi-Milagro-Naranjito mientras que Eloy Alfaro de 1895 a 1908 construyó la vía Alausí-Riobamba-Ambato-Latacunga-Quito (Durán et al., 2009). En efecto, fueron presidencias muy distintas, pero con una misma visión en cuanto al objetivo de lograr acortar distancias dentro del país, además de garantizar la seguridad en los viajes ya que existía presencia de la delincuencia por la deficiente vigilancia por parte de las autoridades causando que los viajeros sean asaltados en sitios estratégicos.

Cabe recalcar que la incorporación de la línea férrea facilitó el desplazamiento de los habitantes ecuatorianos a la vez que promovió el intercambio de artículos agrícolas y con ello la movilización de mercaderías entre la costa y la sierra, esto evidentemente benefició al avance del país, sin embargo en la década de los ochenta por la desidia política como el manejo de intereses personales en cada uno de los gobiernos, el ferrocarril va poco a poco desapareciendo a causa que la infraestructura y maquinaria con la que se contaban en los talleres debido a que estos lugares eran víctimas de robo. Solo era cuestión de tiempo para observar que el abandono acababa con lo que quedaba de la infraestructura existente.

Años después con el propósito de restaurar y rehabilitar el sistema nacional ferroviario, fue declarado patrimonio cultural del Estado al igual que fue nombrado monumento civil y patrimonio histórico, testimonial y simbólico (Brito, 2015). Debido a esto, en la presidencia del Economista Rafael Correa Delgado el gobierno se responsabiliza de la recuperación del ferrocarril obteniendo óptimos resultados al recaudar los recursos necesarios para la restauración tanto de las vías como de la maquinaria, cuyo obtenido fue ofrecer y brindar un servicio moderno a los consumidores de este tipo de transporte terrestre convirtiéndose así en un desafío técnico y financiero que constituyó un proyecto de recuperación de la memoria histórica y de la identidad nacional.

De esta forma el sistema ferroviario se incorpora en la actividad turística que busca principalmente la construcción de varias rutas que incentiven el aumento de la visita turística en el país, tal es el caso de la ruta del Tren del Hielo y en base a esta se adaptaron dos recorridos adicionales como fueron el Tren de Hielo I y el Tren de Hielo II, las mismas que fueron elaboradas con el propósito de ofrecer un recorrido sensacional a través de la visita a territorios andinos en donde se podría apreciar atractivos naturales como el volcán Tungurahua y varios nevados como el Altar, Chimborazo y Carihuayrazo (Buenaño, 2020), no obstante, se tiene como resultado que la Ruta del Tren del Hielo II combina una serie de paisajes únicos, cultura, tradición y conocimiento que contempla las ciudades y comunidades de Ambato-Mocha-Urbina-Cevallos-Ambato.

Esto quiere decir que dentro de la ruta turística se podía desarrollar varias actividades, pero para un óptimo aprovechamiento del recorrido se ofrecían itinerarios acordes a las necesidades y preferencias de los viajeros, procurando ofertar todo tipo de bienes y servicios para su consumo, los mismos que eran ofrecidos por los emprendimientos que surgieron a raíz de su rehabilitación.

De tal forma, que la investigación se realizó en la ruta del Tren del Hielo II la misma que se instauró en el año 2013, en primera estancia el tren partía desde la ciudad de Ambato para dirigirse hacia Mocha y en lo posterior visitar Urbina con paradas programadas en Cevallos para retornar hacia Ambato. Para una mejor comprensión se cuenta con un mapa de la ruta que se muestra a continuación.

Figura 19

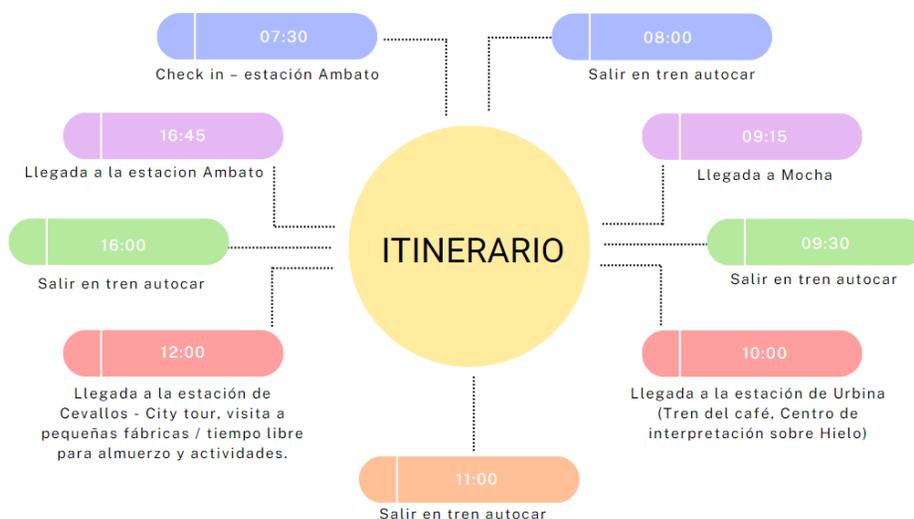
Mapa de la ruta turística Tren del Hielo II



Nota. En la figura se detalla los lugares por los cuales transitaba la Ruta del Tren del Hielo II.

Tomado de Empresa Ferrocarriles del Ecuador (2019) y Google Maps (2023).

En este orden de ideas se señala que la ruta del Tren del Hielo II contaba con una distancia de 43 kilómetros y operaba únicamente los fines de semana además de los feriados, el recorrido tenía una duración aproximada de 9 horas entre ida y vuelta, el viaje se desarrollaba en un auto ferro y en un inicio el costo del boleto fue de 15 dólares (MINTUR, 2013), esto significaba que la ruta deseaba aprovechar la prestación de productos y servicios turísticos elaborados en base a la materia prima y recursos existentes en las provincias de Tungurahua y Chimborazo. Así lo demuestra el itinerario planificado que se presenta a continuación y en el cual se puede divisar la importancia de la visita a los emprendimiento y pequeñas fábricas.

Figura 20*Itinerario Tren del Hielo II*

Nota. En la figura se detalla el itinerario que tenía que cumplir el Tren del Hielo II. Tomado de Empresa Ferrocarriles del Ecuador (2019).

Es decir, que al mismo tiempo impulsó al crecimiento de los emprendimientos entorno al ámbito turístico los mismos que favorecieron a la producción de nuevas plazas de empleo, en donde se ofertaban productos elaborados a partir de componentes autóctonos de las localidades como, por ejemplo, gastronomía, artesanías, calzado, vestimenta, etc., a fin de que los turistas sintieran atracción por visitar la ruta y tuvieran la necesidad de consumir artículos novedosos y característicos de la zona (Sandoval, 2018), permitiendo el mejoramiento notable de la situación económica tanto del país como a nivel de las provincias implicadas en la ruta.

Como menciona Guerrero (2013, como se citó en Sandoval, 2018), un trabajo conjunto de Ferrocarriles del Ecuador, el Ministerio de Turismo y el Ministerio de Patrimonio tuvo como resultado la elaboración de directrices con un enfoque social en donde se pretendía asociar a los sectores productivos, para reducir los altos índices de pobreza y mejorar la calidad de vida de los habitantes, mediante el desarrollo de emprendimientos turísticos.

Evidentemente, la puesta en marcha de la ruta era positiva y beneficiosa, sin embargo, con el pasar de los años la empresa pública Ferrocarriles del Ecuador empezó a tener una caída económica en relación al consumo de sus servicios por parte de los turistas y como consecuente los ingresos económicos disminuyeron. Esto se suma a la pandemia causada por el COVID-19 por lo que el gobierno tuvo que establecer medidas de distanciamiento social por largos meses, es decir que se vivió una recesión económica que significó grandes pérdidas financieras por lo que en la presidencia de Lenin Moreno se emite el decreto 1057, en el cual consta la desaparición de la compañía Ferrocarriles del Ecuador, decisión que trajo como consecuencia el cierre de todas las rutas turísticas ofertadas, entre las que se encontraba el recorrido Tren del Hielo II.

Es necesario mencionar que con el cierre de la ruta turística Tren del Hielo II se obtuvieron resultados desastrosos ya que este recorrido era una fuente esencial económica y de generación de empleos en las comunidades y localidades por las que transitaba, por lo que los habitantes de estos territorios se vieron afectados al ser despedidos, los emprendedores cerraron sus establecimientos, algunos de manera momentánea y otros de manera definitiva, en síntesis muchos productos y servicios perdieron su valor económico y social.

Economía de la experiencia

Valoración del producto

En la tercera presidencia de García Moreno, se planteó al Congreso la construcción del Ferrocarril del Sur en 1861 que en lo posterior se consagró como un decreto de compromiso nacional con el proyecto, para lo cual se planteó un altísimo costo de 3'700.000 pesos para su puesta en marcha. De la misma forma el 15 de febrero de 1884 se expidió una nueva constitución y asumió el poder José María Plácido Caamaño quien en su objetivo de continuar con la obra del ferrocarril propuso la construcción de 82 kilómetros de vía con un desembolso de 2'400.000,00 pesos, parte del financiamiento se logró brindándole a la empresa Jameston Kelly el monopolio de la exportación de sal y del tramo del ferrocarril en servicio por 12 años

junto con aquella también existió la provisión de dos locomotoras nuevas, cuatro coches de pasajeros, doce vagones de carga y cuatro jaulas destinadas al transporte de ganado.

Poco después en la presidencia de Eloy Alfaro la obra se calificó como poco rentable debido a que no se tenía acceso a crédito internacional mientras no se solucionase las deudas contraídas con anterioridad por los gobiernos de ese entonces, en estas circunstancias se propuso conseguir el financiamiento necesario encontrándose que la obra costaba más de lo que se había presupuesto inicialmente, sin embargo, Alfaro consiguió los fondos de distintos financistas lográndose así la entrada jubilosa de la primera locomotora el 25 de junio de 1908.

Por otra parte, desde el año 2008, que se inició la rehabilitación del tren hasta el año 2020 se efectuó una inversión de \$498 millones de acuerdo a los datos brindados por el Ministerio de transporte, la mayor parte de recursos se destinaron a rehabilitar 503.3 kilómetros de vía férrea entre los años 2011 y 2015 durante el mandato de Rafael Correa, tiempo en el cual se dieron a conocer las nuevas rutas dentro de las cuales se encontraba la ruta del Hielo II.

Por lo tanto, se puede concluir que a pesar que desde sus inicios el ferrocarril ecuatoriano tuvo dificultades en cuanto a su financiación, mantenimiento y rehabilitación, fue sinónimo de progreso, comunicación y comercio entre los pueblos de todas las regiones del país.

En esta misma línea de ideas es preciso mencionar que la ruta del Tren del Hielo II mientras estuvo en ejecución fue una oportunidad para la dinamización de la economía local por medio de la creación de emprendimientos que incentivaban al comercio local, como por ejemplo el cuero que es el componente principal para la confección de calzado elaborado en Cevallos, producto que ha demostrado ser el mejor y hasta el día de hoy es el preferido por los turistas. Los productos de fruticultura que se basan en un proceso responsable y amigable con el medio ambiente, al ser orgánicos son utilizados en la elaboración de manjares saludables para el deleite de los turistas en Ambato y Mocha. Los productos agropecuarios son la base

fundamental para la preparación de platos exquisitos y característicos de la zona, que buscan conquistar el exigente paladar del consumidor. Tomando en consideración la materia prima mencionada, a continuación, se indican algunos de los productos que, en su tiempo, fueron también ofertados alrededor de la ruta Tren del Hielo II.

Figura 21

Principales productos característicos de la ruta Tren del Hielo II



Nota. En la figura se puede observar los productos que se elaboran a partir de la materia prima que se obtenía de los territorios que conformaban la ruta del Hielo II.

En lo que concierne a materia prima y productos elaborados, es oportuno mencionar el importante aporte económico y social que estos elementos ofrecían a la población local, cuando la ruta turística Tren del Hielo II estaba en funcionamiento, el consumo por parte de los turistas era considerable en comparación al consumo actual, pues muchos turistas sentían fascinación al combinar un viaje en tren con la oportunidad de visitar varios sitios o comunidades llenas de una riqueza cultural inolvidable, que poseían productos y servicios cautivadores a la disposición del consumidor.

Diseño de experiencia: oportunidades de emprendimientos turístico

Evidentemente la necesidad de poseer oportunidades de emprendimientos dentro de la ruta turística Tren del Hielo II (Ver Figura 22), era algo fundamental ya que, mediante estos establecimientos se ofertaban los productos o servicios previamente ya elaborados por los propietarios de estos negocios que de manera usual pretendían plasmar sus ideas novedosas en algo que cautive la atención del visitante. Los emprendedores además de crear un ingreso económico propio, promovieron varias plazas de trabajo que beneficiaron de manera generosa a los habitantes de las zonas asociadas a la ruta, de cierta manera contribuyeron a que estos individuos mejoren su calidad y estilo de vida, además de cooperar al desarrollo económico local.

Figura 22

Negocios relacionados a la ruta Tren del Hielo II



Nota. En la figura se detalla los emprendimientos vinculados de manera directa e indirecta de la ruta Tren del Hielo II de acuerdo a la información bibliográfica y de campo. Adaptado de "Impacto Económico Generado en los emprendedores de la ruta turística "Tren del Hielo II", por Sandoval (2018).

Es importante indicar que la mayoría de estos emprendimientos nacieron a base de la creación de la ruta Tren del Hielo II, en la actualidad algunos de estos negocios suspendieron sus actividades tras resultar perjudicados por el cierre de la ruta turística, sin embargo, otros se han mantenido firmes brindando un servicio de calidad a los visitantes. Resulta relevante tomar a consideración que estos emprendimientos fueron y siguen siendo de gran ayuda para el desarrollo social y económico de la localidad, pues aprovecharon las oportunidades presentes en el mercado, con el objetivo de generar economía a través de las experiencias turísticas.

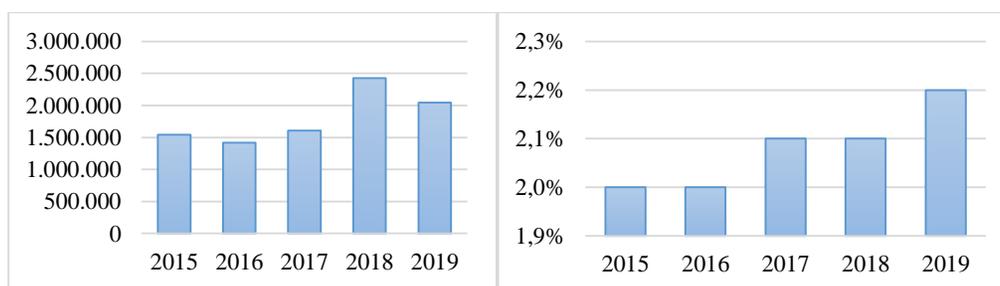
En síntesis, antes de cierre de la ruta Tren del Hielo II, existían alrededor de 25 emprendimientos relacionados directamente con el recorrido en relación a la actualidad, que por ejemplo en la estación de Ambato desaparecieron en su totalidad, en la estación de Mocha el cierre de emprendimientos se dio de manera parcial de igual forma en Urbina y Cevallos, obteniendo así un total de 16 emprendimientos que aún coexisten dentro de la comunidad en donde se ubican sus respectivas paradas que componen la ruta en cuestión.

Turismo en cifras

Bajo este contexto, es indispensable analizar las cifras turísticas de acuerdo a los arribos internacionales que tuvo el Ecuador anualmente antes del cierre de la ruta turística Tren del Hielo II, con el propósito de comprender el aporte que tuvo la actividad turística al PIB del Ecuador (ver figura 23), y de la misma manera tener una cantidad estimada en relación a la llegada de turistas a la ruta Tren del Hielo II, antes de su desaparición.

Figura 23

Llegada de turistas internacionales al Ecuador y aporte del turismo al PIB



Nota. En la figura se señala las llegadas anuales internacionales y el aporte de la actividad turística al PIB de acuerdo a la investigación campo e información brindada por el Ministerio de Turismo. Adaptado de MINTUR (2023).

Años previos al cierre de la ruta Tren del Hielo II, el arribo de turistas internacionales al Ecuador se manejaba bajo un rango normal, cabe mencionar que estos visitantes buscaban gastar su dinero en actividades que les ofreciera una experiencia única, como el visitar la ruta anteriormente mencionada, según cifras del Ministerio de Turismo el único año que cuenta con un registro de llegadas turísticas al trayecto Tren del Hielo II es en el 2017 con 3.245 arribos, dato proporcionado por el Sistema Centralizado de Administración Turística del mismo año.

Finalmente, es importante tomar en cuenta que estos datos numéricos sirven como base para un correcto estudio en relación a la cantidad de turistas que visitaron la ruta Tren del Hielo II y el gasto estimado que pudieron haber generado dentro de los territorios que conformaban este trayecto, pues la relación que tenían los turistas con la ruta turística Tren del Hielo II era importante para que esta ruta sea una de las más conocidas hasta la actualidad y que de cierta manera se siga generando actividad turística en las regiones involucradas, mismas que resultan beneficiosas al mantener ingresos económicos que favorezcan el crecimiento local.

Experiencia turística

Caracterización del producto

La ruta del tren del Hielo II correspondía a un viaje turístico en tren o auto ferro, con una duración de aproximadamente 7 a 8 horas, el cual partía desde la ciudad de Ambato los días sábados, domingos y feriados para cumplir la ruta Ambato-Mocha-Urbina-Cevallos-Ambato, dentro de este recorrido se prestaba ciertos servicios turísticos como: guianza profesional, visita al centro de interpretación del Hielo, City Tour por el cantón Cevallos en este lugar se contaba con la disposición para la compra de bebidas calientes, bebidas frías, snacks entre

otros alimentos, visita a los emprendimientos para la adquisición de souvenirs, artesanías, mermeladas, calzado de acuerdo a las preferencias y disponibilidad económica de los turistas.

Además de caminatas en la estación que formaban parte de la parada con la finalidad de conocer la historia del tren entre otra información relevante sobre el transporte férreo. Todos los servicios mencionados contaban con un precio entre \$35, \$45 a \$50 dólares por persona, sin embargo, se observaba la falta de establecimientos de alimentos y bebidas como restaurantes, cafeterías, entre otros incluyan sus productos dentro del precio del viaje, por lo que se generaba una cierta incomodidad en el viaje al tener que pagar por separado desayunos, almuerzos, etc.

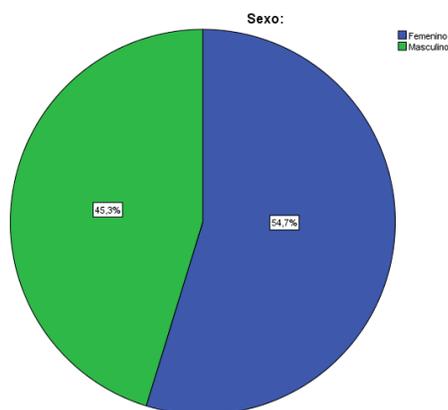
Análisis del producto

Con la finalidad de examinar información que aporte de manera relevante a la investigación se procede a elaborar el análisis de las encuestadas destinadas a los turistas, las mismas que fueron aplicadas en todas las paradas de la ruta del tren del Hielo II, es decir, Ambato, Mocha, Urbina y Cevallos en donde se observó que hasta el día de hoy llegan visitantes. Cabe destacar que estas encuestas fueron aplicadas con el objetivo de analizar la incidencia de los emprendimientos turísticos tras el cierre de la ruta Tren del Hielo II, cuyos resultados se presentan en las siguientes tablas y figuras.

Tabla 3

Género

		Género			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Femenino	196	54,7	54,7	54,7
	Masculino	162	45,3	45,3	100,0
	Total	358	100,0	100,0	

Figura 24*Género*

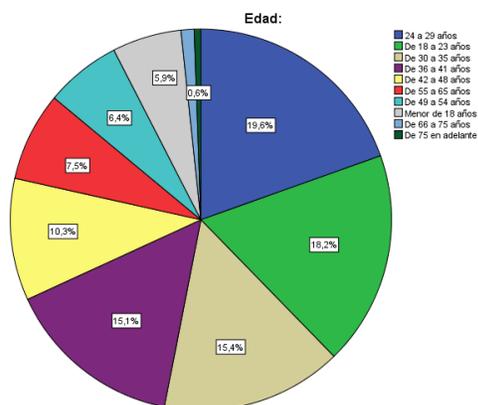
Análisis e interpretación: Como se puede observar en la figura, del 100% de encuestados correspondiente a 358 personas, se identifica que el 54.7% corresponden al género femenino, mientras que el 45.3% competen al masculino. En efecto, fueron en su mayoría mujeres aquellas personas que accedieron a colaborar con el levantamiento de información mediante las encuestas.

Tabla 4*Edad*

		Edad:			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	24 a 29 años	70	19,6	19,6	19,6
	De 18 a 23 años	65	18,2	18,2	37,7
	De 30 a 35 años	55	15,4	15,4	53,1
	De 36 a 41 años	54	15,1	15,1	68,2
	De 42 a 48 años	37	10,3	10,3	78,5
	De 55 a 65 años	27	7,5	7,5	86,0
	De 49 a 54 años	23	6,4	6,4	92,5
	Menor de 18 años	21	5,9	5,9	98,3
	De 66 a 75 años	4	1,1	1,1	99,4
	De 75 en adelante	2	,6	,6	100,0
Total		358	100,0	100,0	

Figura 25

Edad

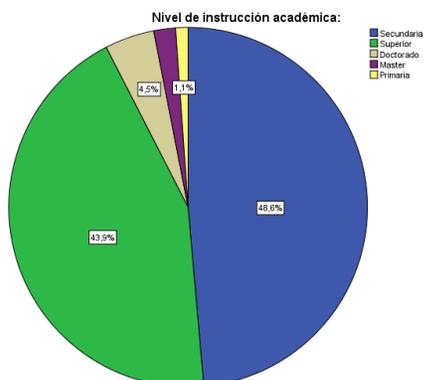


Análisis e interpretación: De acuerdo al 100% de encuestas aplicadas se obtiene que, el 19.6% corresponde a personas que tienen entre los 24 a 29 años, el 18.2% a individuos de 18 a 23 años, el 15.4% corresponde de 30 a 35 años, el 15.10% concierte a 36 a 41 años, el 10.30% forma parte de los turistas con 42 a 48 años, el 7.5% de 55 a 65 años, el 6.4% de 49 a 54 años, mientras que el 5.9% compete a visitantes menor de 18 años, el 1.1% respondieron que su edad es de 66 a 75 años y finalmente el 0.6% señalaron que tienen de 75 en adelante. Por lo tanto, se interpreta que en un mayor porcentaje fueron personas de 24 a 29 años aquellas que aún frecuentan las estaciones del tren como medio de distracción, ocio o simplemente para conocer este lugar turístico.

Tabla 5

Nivel de instrucción académica

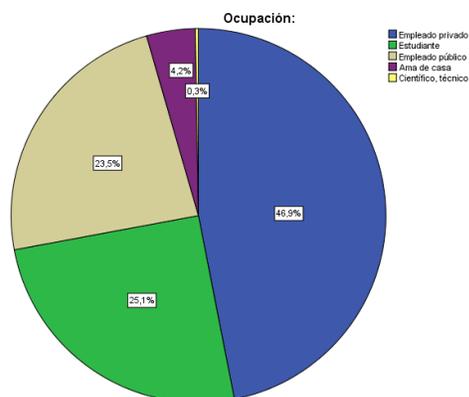
		Nivel de instrucción académica:			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Secundaria	174	48,6	48,6	48,6
	Superior	157	43,9	43,9	92,5
	Doctorado	16	4,5	4,5	96,9
	Master	7	2,0	2,0	98,9
	Primaria	4	1,1	1,1	100,0
	Total	358	100,0	100,0	

Figura 26*Nivel de instrucción académica*

Análisis e interpretación: Con respecto al 100% de encuestados, el 48.6% mencionaron que su nivel de instrucción académica corresponde a la secundaria, el 43.9% a la superior, el 4.5% al doctorado, 2% al master y finalmente el 1.1% cuentan con instrucción primaria. Por lo cual, existe un valor porcentual alto de personas que cuentan con estudios secundarios lo que permite deducir que sus gastos para actividades turísticas en el tren son acordes a su capacidad económica.

Tabla 6*Ocupación*

		Ocupación:			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Empleado privado	168	46,9	46,9	46,9
	Estudiante	90	25,1	25,1	72,1
	Empleado público	84	23,5	23,5	95,5
	Ama de casa	15	4,2	4,2	99,7
	Científico, técnico	1	,3	,3	100,0
Total		358	100,0	100,0	

Figura 27*Ocupación*

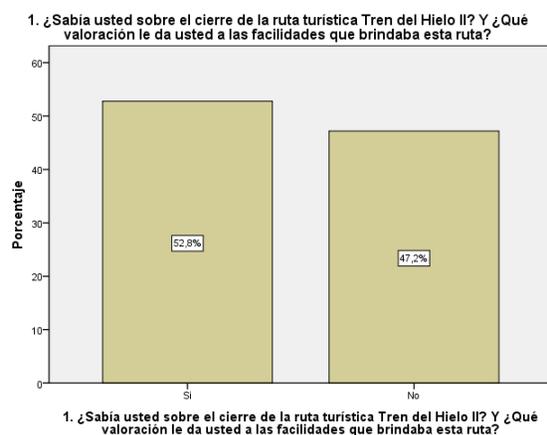
Análisis e interpretación: En relación al 100% de turistas encuestados se obtuvo que, el 46.9% mencionaron que su ocupación corresponde a ser un empleado privado, 25.10% es estudiante, 23.5% empleado público, 4.2% ama de casa y finalmente 3% científico, técnico. En consecuencia, se interpreta que en su mayoría son empleados privados por lo cual se deduce que los turistas forman parte de la población económicamente activa y cuentan con ingresos económicos para ser usados en actividades turísticas que implican rutas del tren.

Tabla 7*Conocimiento sobre el cierre de la ruta*

1. ¿Sabía usted sobre el cierre de la ruta turística Tren del Hielo II? Y ¿Qué valoración le da usted a las facilidades que brindaba esta ruta?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	189	52,8	52,8	52,8
	No	169	47,2	47,2	100,0
	Total	358	100,0	100,0	

Figura 28

Conocimiento sobre el cierre de la ruta



Análisis e interpretación: En lo que respecta al 100% de encuestados, el 52.8% respondieron que, si tuvieron conocimiento sobre el cierre de la ruta turística Tren del Hielo II, a diferencia del 47.2% que mencionaron que no sabían del cierre de esta ruta. En tal sentido, la mayor parte de personas se encontraban al tanto de la ruta del Tren del Hielo II y su cierre definitivo en mayo del 2020.

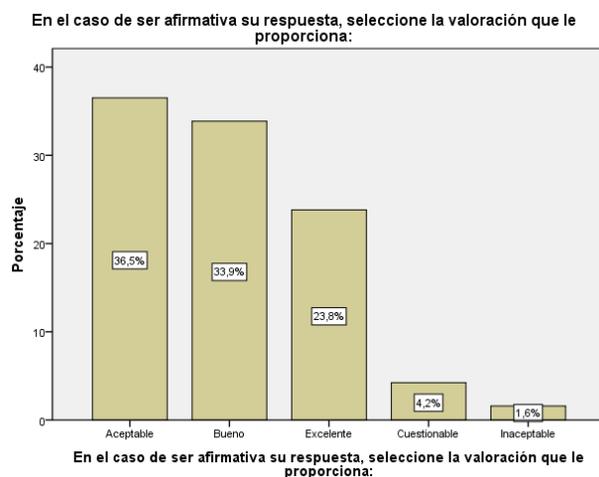
Tabla 8

Valoración de la ruta

En el caso de ser afirmativa su respuesta, seleccione la valoración que le proporciona:					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Aceptable	69	19,3	36,5	36,5
	Bueno	64	17,9	33,9	70,4
	Excelente	45	12,6	23,8	94,2
	Cuestionable	8	2,2	4,2	98,4
	Inaceptable	3	,8	1,6	100,0
	Total	189	52,8	100,0	
Perdidos	Sistema	169	47,2		
Total		358	100,0		

Figura 29

Valoración de la ruta

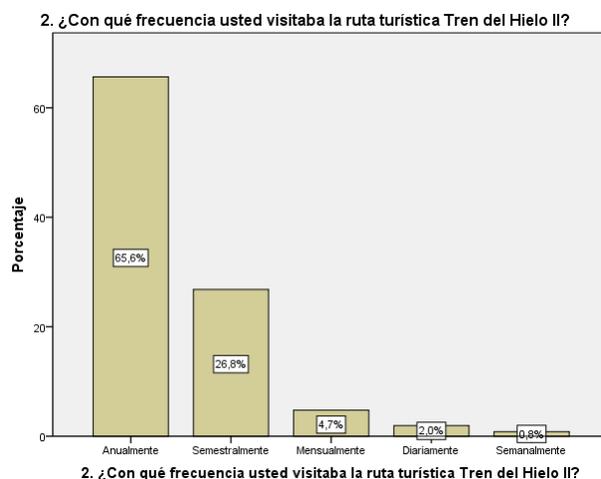


Análisis e interpretación: Esta interrogante se encuentra en el mismo orden de ideas de la pregunta número 1, la misma que por medio de la figura se puede observar que, la valoración que le brindaron fue de un 36.5% correspondiente a aceptable, el 33.9% a bueno, el 23.8% a excelente, el 4.2% a cuestionable y el 1.6% a Inaceptable. En consecuencia, se concluye que la ruta del Hielo II cuando se encontraba en funcionamiento contaba con una aceptabilidad considerable dentro de las preferencias de los turistas que deseaban los fines de semana realizar un viaje turístico en tren.

Tabla 9

Frecuencia de visita de la ruta.

2. ¿Con qué frecuencia usted visitaba la ruta turística Tren del Hielo II?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Anualmente	235	65,6	65,6	65,6
	Semestralmente	96	26,8	26,8	92,5
	Mensualmente	17	4,7	4,7	97,2
	Diariamente	7	2,0	2,0	99,2
	Semanalmente	3	,8	,8	100,0
	Total	358	100,0	100,0	

Figura 30*Frecuencia de visita de la ruta*

Análisis e interpretación: Con respecto al 100% de turistas encuestados se determinó que, el 65.6% su frecuencia en visita a la ruta del Tren del Hielo II era al año, el 26.8% mencionaron que cada seis meses, el 4.7% de forma mensual, el 2% diariamente y finalmente 0.8% semanalmente. Por lo tanto, se determina que en mayor porcentaje las personas visitaban mínimo una vez al año la ruta del Tren del Hielo II para disfrutar de los paisajes a lo largo de esta travesía o a su vez el consumo de los servicios turísticos que ofrecen los distintos actores del turismo en el territorio.

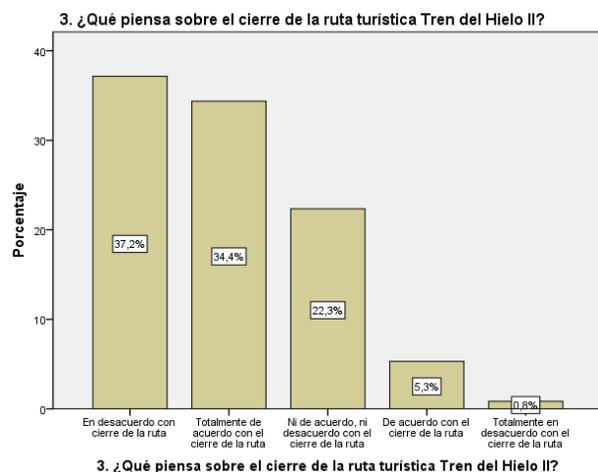
Tabla 10*Percepción sobre el cierre de la ruta turística*

3. ¿Qué piensa sobre el cierre de la ruta turística Tren del Hielo II?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En desacuerdo con cierre de la ruta	133	37,2	37,2	37,2
	Totalmente de acuerdo con el cierre de la ruta	123	34,4	34,4	71,5
	Ni de acuerdo, ni desacuerdo con el cierre de la ruta	80	22,3	22,3	93,9

3. ¿Qué piensa sobre el cierre de la ruta turística Tren del Hielo II?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo con el cierre de la ruta	19	5,3	5,3	99,2
Totalmente en desacuerdo con el cierre de la ruta	3	,8	,8	100,0
Total	358	100,0	100,0	

Figura 31

Percepción sobre el cierre de la ruta turística



Análisis e interpretación: De acuerdo con el 100% de turistas encuestados se determinó que, el 37.2% corresponde al porcentaje de personas que se encuentran en desacuerdo con el cierre de la ruta, el 34.4% mencionaron que se encuentra totalmente de acuerdo con el cierre de la ruta, el 22.3% señalaron que no se encuentran ni en acuerdo, ni en desacuerdo en otras palabras se encuentran en una posición neutral, el 5.3% indicaron que se encuentran de acuerdo con el cierre de la ruta y el 0.8% aludieron que están totalmente en desacuerdo con el cierre de esta. En efecto, como se observa en la figura existe un alto dato porcentual que señala que los individuos si se encontraban favor de la ruta, es decir, que la misma tenía aceptabilidad para ser parte de sus experiencias turísticas y que ahora que está

inhabilitada se encuentran en desacuerdo por los varios beneficios económicos y culturales que esta aportaba para las comunidades y ciudades por las cuales transitaba.

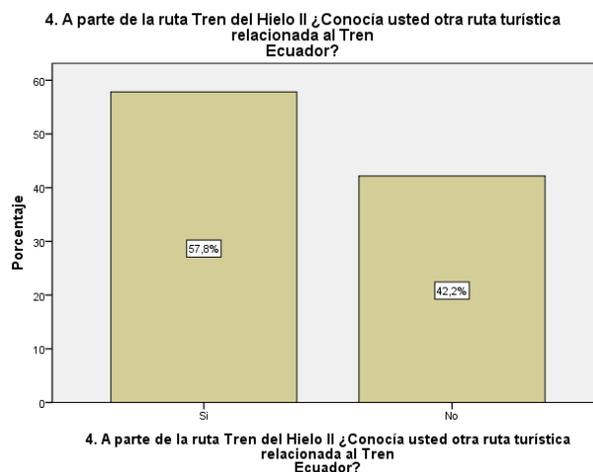
Tabla 11

Conocimiento de otras rutas relacionada al Tren Ecuador

4. A parte de la ruta Tren del Hielo II ¿Conocía usted otra ruta turística relacionada al Tren Ecuador?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	207	57,8	57,8	57,8
	No	151	42,2	42,2	100,0
	Total	358	100,0	100,0	

Figura 32

Conocimiento de otras rutas relacionada al Tren Ecuador



Análisis e interpretación: En relación al 100% de encuestas elaboradas se obtuvo que, el 57.8% mencionaron que si conocían otras rutas relacionadas al Tren del Ecuador en contraposición con el 42.2% que señalaron que no contaban con conocimientos de otras rutas férreas. En consecuencia, se evidencia que la mayor parte de personas encuestadas cuentan con información sobre las distintas rutas turísticas que realizaba el tren debido a que ellas ocupaban estos servicios en cada cierto tiempo con el fin de la búsqueda del disfrute y recreación.

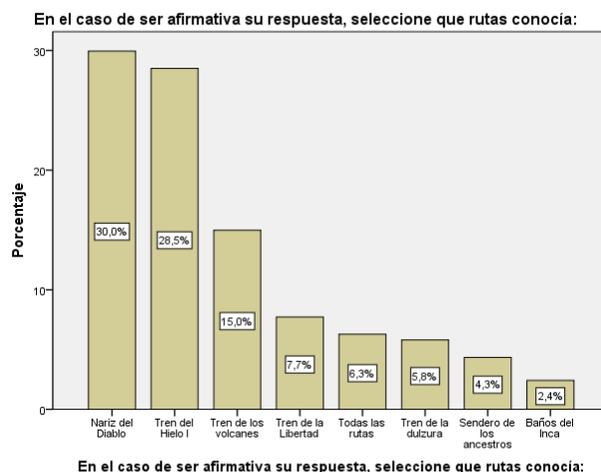
Tabla 12

En el caso de ser afirmativa su respuesta, seleccione que rutas conocía

En el caso de ser afirmativa su respuesta, seleccione que rutas conocía:					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nariz del Diablo	62	17,3	30,0	30,0
	Tren del Hielo I	59	16,5	28,5	58,5
	Tren de los volcanes	31	8,7	15,0	73,4
	Tren de la Libertad	16	4,5	7,7	81,2
	Todas las rutas	13	3,6	6,3	87,4
	Tren de la dulzura	12	3,4	5,8	93,2
	Sendero de los ancestros	9	2,5	4,3	97,6
	Baños del Inca	5	1,4	2,4	100,0
	Total	207	57,8	100,0	
Perdidos	Sistema	151	42,2		
Total		358	100,0		

Figura 33

En el caso de ser afirmativa su respuesta, seleccione que rutas conocía



Análisis e interpretación: Este análisis guarda relación con la pregunta número 4, dentro de la cual las personas en su mayoría mencionaron que si conocen otras rutas turísticas del tren en donde el 30% conocían la nariz del diablo, el 28.5% el tren del Hielo I, el 15% el Tren de los volcanes, el 7.7% el tren de la libertad, el 6.3% todas las rutas, el 5.8%

mencionaron que el tren de la dulzura, el 4.3% el sendero de los ancestros, el 2.4% los Baños del Inca. Cabe recalcar que los datos que se detallan como perdidos en el sistema 42.2% corresponden a las personas que no respondieron a esta interrogante debido a la condicional encontrada en la pregunta anterior (número 4).

Como resultado se obtiene que la ruta más conocida es la Nariz del Diablo debido a que cuenta con una extensa historia, además, que han sido grandes los esfuerzos para promocionar esta experiencia como única y diferente dentro del país por los distintos medios de comunicación tradicionales y actuales.

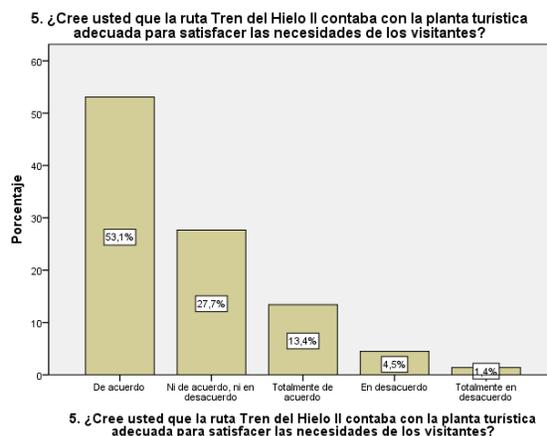
Tabla 13

Planta turística y satisfacción de las necesidades del visitante

5. ¿Cree usted que la ruta Tren del Hielo II contaba con la planta turística adecuada para satisfacer las necesidades de los visitantes?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De acuerdo	190	53,1	53,1	53,1
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	99	27,7	27,7	80,7
	Totalmente de acuerdo	48	13,4	13,4	94,1
	En desacuerdo	16	4,5	4,5	98,6
	Totalmente en desacuerdo	5	1,4	1,4	100,0
	Total	358	100,0	100,0	

Figura 34

Planta turística y satisfacción de las necesidades del visitante



Análisis e interpretación: Con respecto al 100% de encuestas se detalló que, el 53.10% de individuos mencionaron que tienen la creencia que la ruta del Tren del Hielo II contaban con la planta turística adecuada para satisfacer las necesidades de los visitantes, el 27.2% tomaron una postura neutral, el 13.4% mencionaron estar totalmente de acuerdo, el 4.5% señalaron que se encontraban en desacuerdo y finalmente el 1.4% puntualizaron que están totalmente en desacuerdo. Por lo tanto, se deduce que los turistas en su mayoría pudieron vivir la experiencia de la ruta del tren del Hielo II y calificarla como un servicio turístico que contaba con lo necesario para resolver todos los requerimientos exigidos por el visitante.

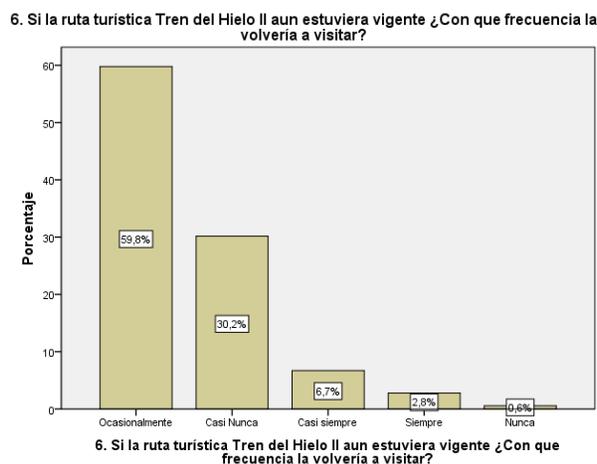
Tabla 14

Frecuencia de visita de la ruta

6. Si la ruta turística Tren del Hielo II aun estuviera vigente ¿Con que frecuencia la volvería a visitar?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ocasionalmente	214	59,8	59,8	59,8
	Casi Nunca	108	30,2	30,2	89,9
	Casi siempre	24	6,7	6,7	96,6
	Siempre	10	2,8	2,8	99,4
	Nunca	2	,6	,6	100,0
	Total	358	100,0	100,0	

Figura 35

Frecuencia de visita de la ruta



Análisis e interpretación: De acuerdo al 100% de encuestados, el 59.8 respondió que si la ruta del tren del Hielo II estuviera vigente ocuparía este servicio turístico de manera ocasional, el 30.2% casi nunca, el 6.7% casi siempre, el 2.8% mencionaron que siempre y 0.6% nunca. Evidentemente se puede notar la aceptabilidad por que la ruta se reactive ya que contará con turistas nacionales de manera ocasional para que puedan hacer consumo de los servicios que esta puede ofertar.

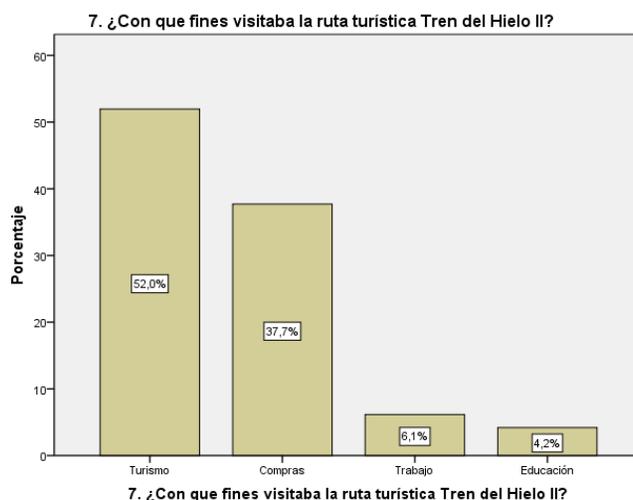
Tabla 15

Motivación a la visita de la ruta turística

7. ¿Con que fines visitaba la ruta turística Tren del Hielo II?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Turismo	186	52,0	52,0	52,0
	Compras	135	37,7	37,7	89,7
	Trabajo	22	6,1	6,1	95,8
	Educación	15	4,2	4,2	100,0
	Total	358	100,0	100,0	

Figura 36

Motivación a la visita de la ruta turística

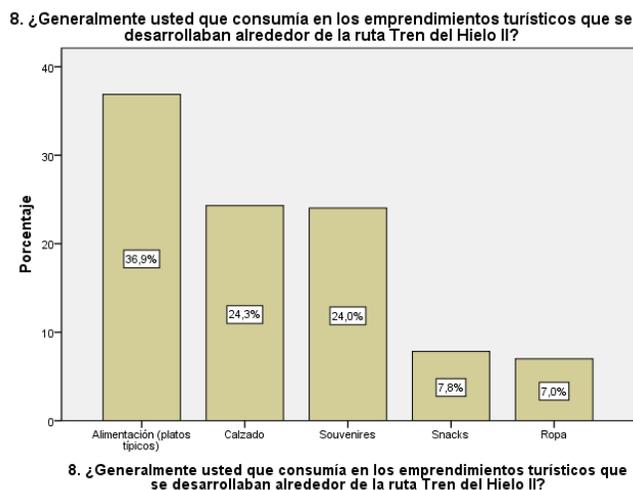


Análisis e interpretación: Con respecto al 100% de encuestados mencionaron que, el 52% visitaba la ruta turística Tren del Hielo II con fines turísticos, el 37.7% por compras, el 6.1% por trabajo, el 4.2% por fines educativos. Por lo tanto, se deduce que la ruta turística formaba parte fundamental del turismo en las ciudades, comunidades y poblaciones por donde recorría.

Tabla 16

Consumo de productos en la ruta Tren del Hielo II

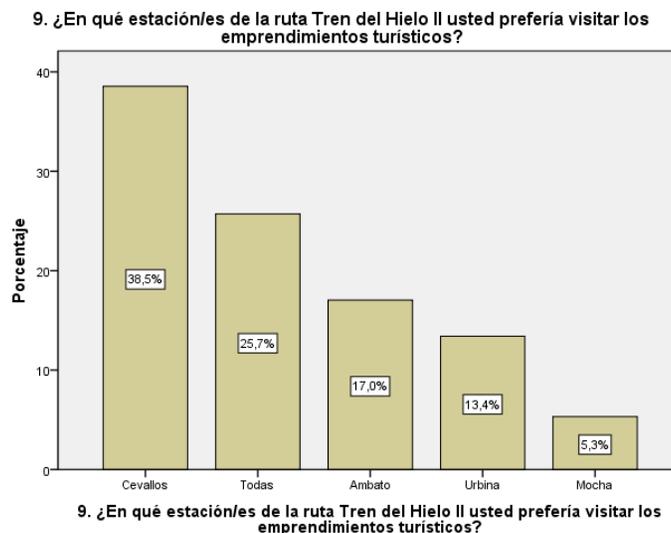
8. ¿Generalmente usted que consumía en los emprendimientos turísticos que se desarrollaban alrededor de la ruta Tren del Hielo II?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alimentación (platos típicos)	132	36,9	36,9	36,9
	Calzado	87	24,3	24,3	61,2
	Souvenires	86	24,0	24,0	85,2
	Snacks	28	7,8	7,8	93,0
	Ropa	25	7,0	7,0	100,0
	Total	358	100,0	100,0	

Figura 37*Consumo de productos en la ruta Tren del Hielo II*

Análisis e interpretación: En relación con las 100% de encuestas resueltas, el 36.9% señalaron que generalmente ellos consumían en los emprendimientos turísticos que existían alrededor de la ruta Tren del Hielo II platos turísticos es decir alimentación, el 24.3% calzado, 24% Souvenirs, el 7.8% Snacks, el 7% Ropa. Como resultado se determina que la ruta del Tren del Hielo II era un gran aporte económico para los emprendimientos que se dedicaban a la elaboración de alimentos ya que los turistas consumían platos típicos de la localidad con mayor frecuencia.

Tabla 17*Preferencia en la visita de estaciones*

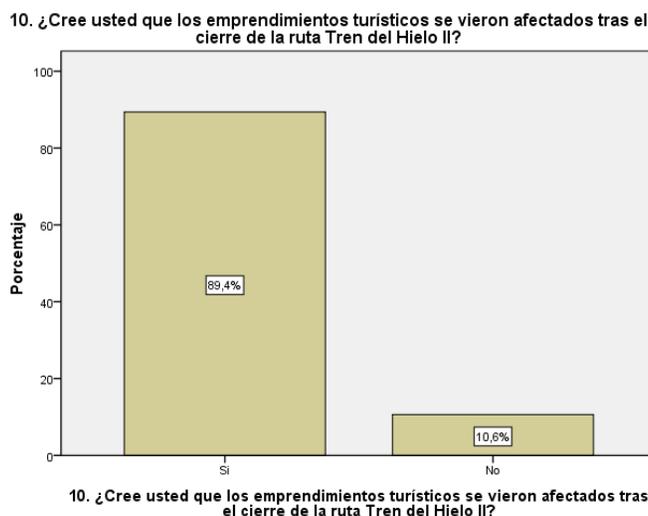
9. ¿En qué estación/es de la ruta Tren del Hielo II usted prefería visitar los emprendimientos turísticos?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Cevallos	138	38,5	38,5	38,5
	Todas	92	25,7	25,7	64,2
	Ambato	61	17,0	17,0	81,3
	Urbina	48	13,4	13,4	94,7
	Mocha	19	5,3	5,3	100,0
	Total	358	100,0	100,0	

Figura 38*Preferencia en la visita de estaciones*

Análisis e interpretación: Con respecto al 100% de turistas encuestados, el 38.5% mencionaron que preferirían visitar los emprendimientos turísticos de la estación en Cevallos, el 25.7% seleccionaron todas las opciones, el 17% señalaron en Ambato, el 13.4% en Urbina y finalmente el 5.3% en Mocha. Por lo tanto, se concluye que el lugar más adecuado para promocionar los emprendimientos turísticos será la estación de Cevallos debido a que los turistas se encontrarán más cómodos visitando este lugar y adquiriendo los productos elaborados por la comunidad.

Tabla 18*Afectación del cierre del tren a los emprendimientos*

10. ¿Cree usted que los emprendimientos turísticos se vieron afectados tras el cierre de la ruta Tren del Hielo II?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	320	89,4	89,4	89,4
	No	38	10,6	10,6	100,0
	Total	358	100,0	100,0	

Figura 39*Afectación del cierre del tren a los emprendimientos*

Análisis e interpretación: De acuerdo con el 100% de encuestas, el 89.4% de turistas mencionó que considera que los emprendimientos turísticos si se vieron afectados tras el cierre de la ruta del Tren del Hielo II en contraposición con el 10.6% de personas que señalaron que no creen que esto sea verídico. En efecto, se concluye que en un mayor porcentaje los individuos encuestados se encuentran consientes que el cierre de la ruta afectó gravemente a la economía de las familias que trabajaban con su emprendimiento al servicio de los turistas que llegaban a estos lugares por medio del tren.

Tabla 19*Gravedad de afectación de los emprendimientos*

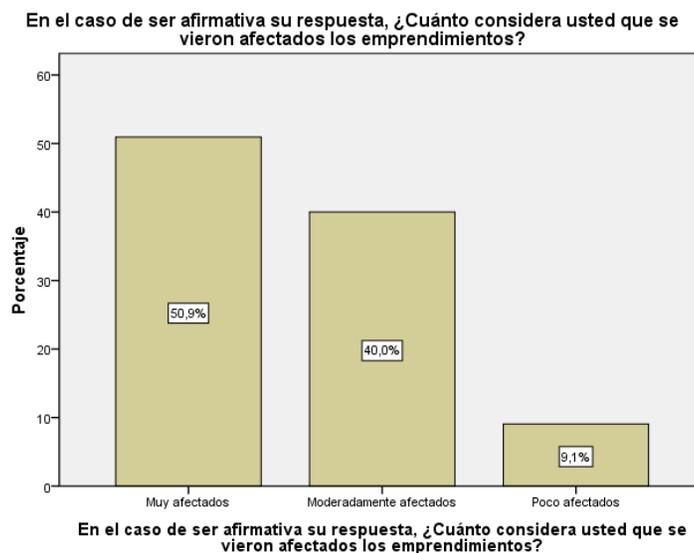
En el caso de ser afirmativa su respuesta, ¿Cuánto considera usted que se vieron afectados los emprendimientos?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy afectados	163	45,5	50,9	50,9
	Moderadamente afectados	128	35,8	40,0	90,9
	Poco afectados	29	8,1	9,1	100,0
	Total	320	89,4	100,0	
Perdidos	Sistema	38	10,6		

En el caso de ser afirmativa su respuesta, ¿Cuánto considera usted que se vieron afectados los emprendimientos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Total	358	100,0		

Figura 40

Gravedad de afectación de los emprendimientos



Análisis e interpretación: Este análisis guarda relación con la pregunta número 10, por consiguiente del 100% de personas encuestadas se determinó que el 50.9% señalaron que los emprendimientos turísticos se vieron muy afectados con el cierre de la ruta del Tren del Hielo II, seguidamente del 40% que mencionaron que están moderadamente afectados y el 9.1% determinaron que están poco afectados, cabe recalcar que los datos descritos como perdidos 10.6% corresponden aquellos que no respondieron esta interrogante debido a que existió una condicionante en la pregunta número 10. Esta información se interpreta como turistas que están conscientes del mal momento por el cual atraviesan los emprendimientos a raíz del cierre de la empresa de la línea férrea y con ello de las rutas.

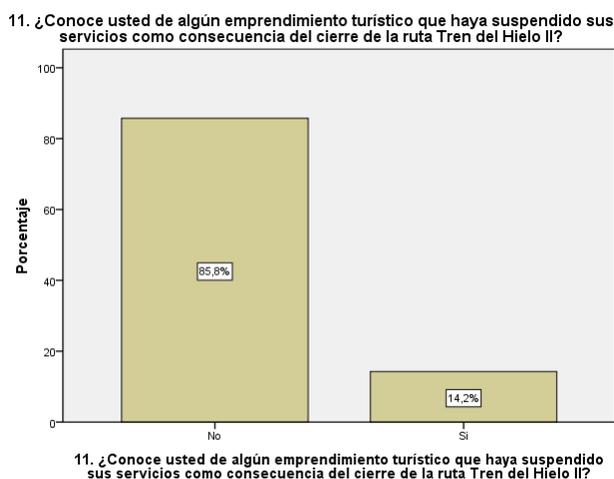
Tabla 20

Emprendimientos turísticos que se han suspendido

11. ¿Conoce usted de algún emprendimiento turístico que haya suspendido sus servicios como consecuencia del cierre de la ruta Tren del Hielo II?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	307	85,8	85,8	85,8
	Si	51	14,2	14,2	100,0
	Total	358	100,0	100,0	

Figura 41

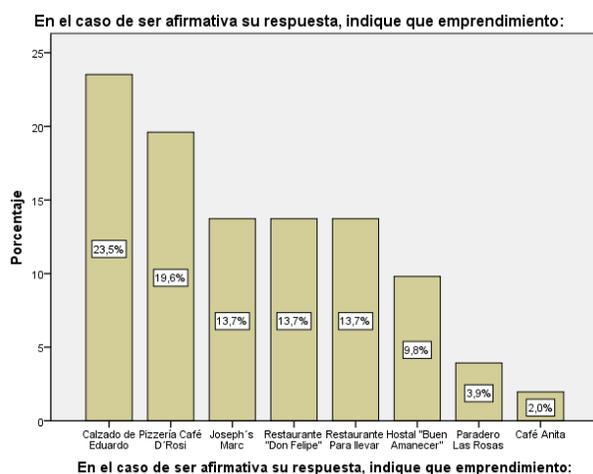
Emprendimientos turísticos que se han suspendido



Análisis e interpretación: De acuerdo al 100% de encuestados, el 85.8% mencionó que no conocen emprendimientos que hayan cerrados sus servicios a consecuencia del cierre de ruta mientras que el 14.2% detallaron que si conocen estos emprendimientos. En efecto, existe un alto porcentaje de personas que no conocían los emprendimientos y por ende tampoco su cierre por efecto de la suspensión de la ruta del Tren del Hielo II:

Tabla 21*Nombres de emprendimientos suspendidos*

En el caso de ser afirmativa su respuesta, indique que emprendimiento:					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Calzado de Eduardo	12	3,4	23,5	23,5
	Pizzería Café D'Rosi	10	2,8	19,6	43,1
	Joseph's Marc	7	2,0	13,7	56,9
	Restaurante "Don Felipe"	7	2,0	13,7	70,6
	Restaurante Para llevar	7	2,0	13,7	84,3
	Hostal "Buen Amanecer"	5	1,4	9,8	94,1
	Paradero Las Rosas	2	,6	3,9	98,0
	Café Anita	1	,3	2,0	100,0
	Total	51	14,2	100,0	
Perdidos	Sistema	307	85,8		
Total		358	100,0		

Figura 42*Nombres de emprendimientos suspendidos*

Análisis e interpretación: Este análisis lleva relación directa con la pregunta anterior debido a que existió un 14.2% de turistas que señalaron que si conocían los emprendimientos

que cerraron y por ende brindaron los nombres es así que se tiene que, el 23.5% aludieron que el emprendimiento que se cerró llevaba como nombre Calzado Eduardo, el 19.6% Pizzería Café D´Rosi, el 13.7% Joseph´s Marc, el 13.7% Restaurante Don Felipe, el 13.7% Restaurante para llevar, el 9.8% Hostal el Amanecer, el 3.9% Paradero Las Rosas y finalmente el 2% Café Anita. Por consecuencia, se deduce que el emprendimiento más reconocido y que lastimosamente cerró sus puertas fue Calzado de Eduardo el mismo que se encontraba en el cantón Cevallos perteneciente a la provincia de Tungurahua.

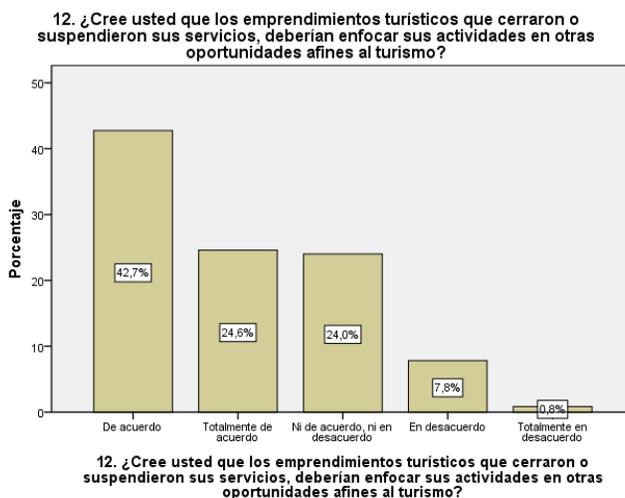
Tabla 22

Percepción de los emprendimientos turísticos

12. ¿Cree usted que los emprendimientos turísticos que cerraron o suspendieron sus servicios, deberían enfocar sus actividades en otras oportunidades afines al turismo?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De acuerdo	153	42,7	42,7	42,7
	Totalmente de acuerdo	88	24,6	24,6	67,3
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	86	24,0	24,0	91,3
	En desacuerdo	28	7,8	7,8	99,2
	Totalmente en desacuerdo	3	,8	,8	100,0
	Total	358	100,0	100,0	

Figura 43

Percepción de los emprendimientos turísticos



Análisis e interpretación: En relación al 100% de turistas encuestados se determinó que, el 42.7% están de acuerdo con que los emprendimientos turísticos que cerraron o suspendieron sus servicios deberían enfocar sus actividades en otras oportunidades afines del turismo, mientras que el 24.6% señalaron estar totalmente de acuerdo, el 24% tomaron una postura neutral, el 7.8% aludieron que están en desacuerdo y por último el 0.80% establecieron estar totalmente en desacuerdo. Por consiguiente, se observa un mayor porcentaje de personas que consideran que los emprendimientos deberían darse una oportunidad de seguir en el negocio en el ámbito turístico debido al buen servicio que prestaban.

Tabla 23

Percepción de la gestión de las autoridades para los emprendimientos turísticos

13. ¿Qué valoración le da usted a la gestión realizada por las autoridades para ayudar al progreso de los emprendimientos turísticos tras el cierre de la ruta Tren del Hielo II?

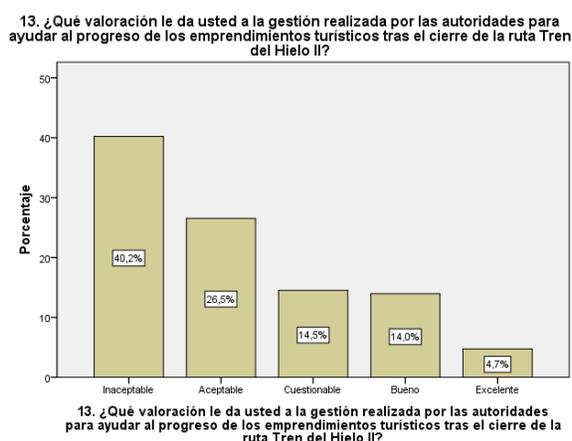
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Inaceptable	144	40,2	40,2	40,2
	Aceptable	95	26,5	26,5	66,8
	Cuestionable	52	14,5	14,5	81,3
	Bueno	50	14,0	14,0	95,3

13. ¿Qué valoración le da usted a la gestión realizada por las autoridades para ayudar al progreso de los emprendimientos turísticos tras el cierre de la ruta Tren del Hielo II?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Excelente	17	4,7	4,7	100,0
Total	358	100,0	100,0	

Figura 44

Percepción de la gestión de las autoridades para los emprendimientos turísticos



Análisis e interpretación: De acuerdo con el 100% de encuestas elaboradas se determina que, el 40.2% de individuos señalan como inaceptable la gestión por parte de las autoridades para ayudar al progreso de los emprendimientos turísticos tras el cierre de la ruta Tren del Hielo II, mientras que el 26.5% lo califica como aceptable, el 14.5% como cuestionable, el 14% como bueno y finalmente el 4.7% como Excelente. En consecuencia, se evidencia la deficiencia de atención por parte de las autoridades hacia los emprendimientos que aún sobreviven con un limitado segmento de mercado que cada día disminuye, ya que antes del cierre de la ruta se podía observar el gran crecimiento económico que estaba teniendo la comunidad conjuntamente con los emprendimientos.

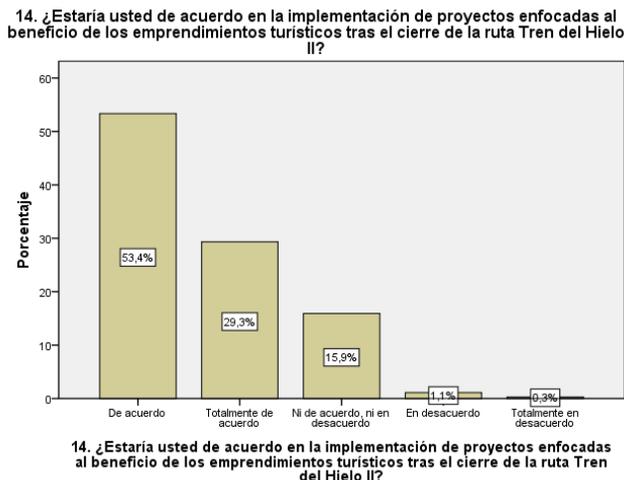
Tabla 24

Implementación de proyectos enfocadas al beneficio de los emprendimientos

14. ¿Estaría usted de acuerdo en la implementación de proyectos enfocadas al beneficio de los emprendimientos turísticos tras el cierre de la ruta Tren del Hielo II?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De acuerdo	191	53,4	53,4	53,4
	Totalmente de acuerdo	105	29,3	29,3	82,7
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	57	15,9	15,9	98,6
	En desacuerdo	4	1,1	1,1	99,7
	Totalmente en desacuerdo	1	,3	,3	100,0
	Total	358	100,0	100,0	

Figura 45

Implementación de proyectos enfocadas al beneficio de los emprendimientos



Análisis e interpretación: En referencia al 100% de encuestas se obtiene los siguientes datos, el 53.4% individuos mencionaron que están de acuerdo que se debería de implementa proyectos enfocadas al beneficio de los emprendimientos turísticos tras el cierre de la ruta del Tren del Hielo II, el 29.3% detallaron que están totalmente de acuerdo, el 15.9% señalaron estar en un punto neutra es decir ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1.1%

puntualizaron estar en desacuerdo y finalmente el 0.30% indicaron estar totalmente en desacuerdo. Por lo tanto, se evidencia un mayor porcentaje de personas que apoyan la idea de implementar proyectos que beneficien a los emprendimientos que se vieron afectados desde la suspensión de la ruta del Tren del Hielo II debido a que en su mayoría eran familias que contaban con esa fuente económica en su día a día.

Además, se elaboró un análisis correspondiente a las entrevistas aplicadas a: una persona representante de la Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia de Tungurahua, un individuo delegado de los Trenes Ecuador específicamente del cantón Cevallos y tres representantes de emprendimientos que corresponde a 2 que aún siguen en funcionamiento y 1 que lastimosamente por la evidente situación cerró sus actividades. El objetivo principal fue indagar sobre la perspectiva que tienen estos actores dentro del área turística en cuanto al tren desde la implementación de las rutas hasta su cierre. A continuación, se detalla los datos obtenidos.

Tabla 25

Expertos entrevistados

Institución	Nombre	Código-Entrevistados	Análisis
GAD Tungurahua	María Castellanos	E-GAD	Esta persona experta fue elegida debido a que contaba con conocimiento del proyecto que se ejecutaba en el Tren del Ecuador
Trenes Ecuador (Cevallos)	Maribel Sulca	E-TREN	Esta persona experta fue seleccionada a causa de que comprendía y conocía información relevante y específica sobre la ruta del Tren del Hielo II.
Emprendimiento en funcionamiento	Elizabeth Cáceres	REMPFUN-1	Esta persona fue seleccionada para la entrevista debido a que es un actor turístico, es decir que estuvo inmersa en los procesos que se llevaban a cabo en relación al emprendimiento y la ruta del Tren del Hielo II
Emprendimiento en funcionamiento	Erika Pérez	REMPFUN-2	De igual forma fue importante escoger a una emprendedora que corrobore la

Institución	Nombre	Código- Entrevistados	Análisis
			información desde su perspectiva vivida dentro de la ruta Tren del Hielo II.
Emprendimiento cerrado	Rodrigo Ibañez	EMPCRD	Así, mismo se vio pertinente elegir una persona que contaba con su emprendimiento durante el funcionamiento de la ruta pero que lastimosamente tuvo que cerrar su negocio para con ello identificar su perspectiva como integrante de esta comunidad que vivió la experiencia de tener una ruta que circulara por su localidad.

En este sentido, se continúa con la entrevista elaborada en base a 6 interrogantes planteadas en un orden cronológico, comenzando desde la pregunta uno sobre si los expertos contaban con el conocimiento de las entidades públicas o privadas que intervinieron en la implementación de la ruta Tren del Hielo II y su posterior cierre, seguidamente el reactivo número 2 que menciona la influencia de la creación de actividades productivas en base al tren del Hielo II, continuamente la pregunta 3 que corresponde a las principales causas que el experto cree que causaron el cierre de la ruta turística a su vez de las consecuencias que ocasionó el mismo, consecutivamente la interrogante 4 que concierne a la perspectiva que tienen de acuerdo a la influencia de la ruta del Tren del Hielo II en la creación de emprendimientos turísticos, a su vez la pregunta número 5 que trata de la afectación del cierre de la ruta para los emprendimientos turísticos que se desarrollaban entorno a ella y finalmente la interrogante 6 que indaga sobre las estrategias e iniciativas enfocadas en brindar soporte a los emprendimientos turísticos que fueron perjudicados tras el cierre de la ruta. Información que es analizada a continuación:

Tabla 26

Entidades públicas y privadas que intervinieron en la implementación de la ruta turística

Interrogante 1: ¿Cómo fue el proceso de adopción de la ruta turística Tren del Hielo II? ¿Qué entidades públicas o privadas intervinieron en su implementación y su posterior cierre?	
E-GAD	<p>El proceso de implementación tuvo cierto vínculo con las entidades que ayudaron a implementar la ruta, pues inicialmente se trabajaron algunas rutas tales como la ruta agro turística artesanal, la ruta del calzado, la ruta gastronómica y dentro de esto, se realizó el proyecto para que pueda desarrollarse la ruta Tren del Hielo II, se hizo esta propuesta para que Cevallos pueda ser considerada como una estación y se pueda fortalecer la estación que ya se tenía. Dentro de la estructuración de las rutas se identificaron cuáles eran los actores, atractivos, quienes pueden participar y como se puede desarrollar.</p> <p>Las principales entidades que intervinieron fueron el GAD Municipal de Cevallos, el Gobierno Provincial de Tungurahua.</p>
E-TREN	<p>El proceso de la implementación trató de traer los mejores emprendimientos de Cevallos para una charla sobre el acercamiento, la sociabilización y por ultimo quien deseaba participar dentro de la ruta turística, cuando los turistas llegaban lo que más hacían era visitar a los diferentes emprendimientos, esto favorecía al desarrollo turístico y económico. Ferrocarriles del Ecuador y GAD Municipal de Cevallos</p>
REMPFUN-1	<p>La implementación de la ruta turística tren del Hielo II Tren del Hielo II se obtuvieron beneficios porque se generaron fuentes de empleo y las entidades que estuvieron involucradas fueron los distintos municipios.</p>
REMPFUN-2	<p>Con la implementación de la ruta Tren del Hielo II, se buscó hacer popular a los territorios que formaban parte de esta y su proceso se dio gracias a la intervención de las instituciones públicas. La principal entidad que participó fue el gobierno a través del Ministerio de Turismo y los Gobiernos Autónomos Descentralizados.</p>
EMPCRD	<p>En realidad, el proceso de implementación de la ruta al principio fue algo que llamaba la atención de los turistas y que benefició a los cantones en los que funcionaba la rute Tren del Hielo II, pero con el tiempo ya no se mostró ese interés por promocionar la ruta. Las entidades que intervinieron fueron los Gobiernos Autónomos Descentralizados.</p>

Tabla 27*Relación de la ruta del tren con las actividades productivas de los territorios*

Interrogante 2: El turismo es una de las principales actividades económicas ¿Cree usted que la ruta turística Tren del Hielo II influyó en la creación de actividades productivas para los territorios involucrados?	
E-GAD	De cierta manera sí, pues es importante saber que antes de la implementación del tren, en algunos cantones la actividad productiva presentaba cierto desarrollo y tras la activación de la ruta turística Tren del Hielo II ayudó mucho a que esta actividad crezca y prospere.
E-TREN	Claro que sí, fue una articulación del sector público y privado, en donde se buscó el desarrollo conjunto en relación a las productividad, tomando en cuenta que Cevallos es un cantón que tiene diversidad en cuanto a actividades productivas.
REMPFUN-1	Sí, la ruta tren del Hielo II nos brindó una oportunidad para dedicarnos a alguna actividad productiva que tenga relación con la ruta y con nuestro territorio
REMPFUN-2	Sí, a través de la ruta se iniciaron pequeños negocios que ofrecían productos innovadores, los cuales llamaban la atención del turista y de esta manera había más afluencia turística
EMPCRD	Definitivamente sí, gracias a esta ruta, los habitantes de las provincias fomentaron la promoción de sus productos o servicios.

Tabla 28*Causas y consecuencias del cierre de la ruta turística*

Interrogante 3: Según su criterio, ¿Cuáles fueron las principales causas para el cierre de la ruta turística Tren del Hielo II?, bajo esta misma idea, ¿Qué consecuencias ocasionó el cierre de esta ruta?	
E-GAD	Las causas vienen relacionadas más a nivel estatal, no fue algo ocasionado por parte de los cantones, si no fue una decisión relacionada al gobierno. Cuando se cerró la ruta al inicio las consecuencias se relacionaron más a los emprendimientos, pues si se vieron afectados negativamente, pero con el

Interrogante 3: Según su criterio, ¿Cuáles fueron las principales causas para el cierre de la ruta turística Tren del Hielo II?, bajo esta misma idea, ¿Qué consecuencias ocasionó el cierre de esta ruta?

tiempo estos negocios buscaron conjuntamente soluciones para cada día atraer a más turistas.

E-TREN

Las principales causas vienen a nivel nacional, pues el gobierno tomó esa decisión de cerrar Ferrocarriles del Ecuador, los cuales fundamentaron que la decisión se tomó en base a los recursos económicos ya que esta empresa no era rentable y como consecuencia de la liquidación de Ferrocarriles se cerró esta ruta tan importante. Las consecuencias se viven hasta el día de hoy, pues quienes se vieron perjudicados fueron los negocios por las pérdidas económicas, los emprendedores todavía tienen la esperanza de que la ruta vuelva a funcionar.

REMPFUN-
1

Las principales causas se relacionan con la falta de recursos, falta de interés por parte del gobierno. Y una de las principales consecuencias, es el hecho de que muchos emprendimientos cerraron, pues se vieron negativamente afectados.

REMPFUN-
2

Una causa muy importante para el cierre de la ruta fue la mala administración por parte del gobierno, pues pensaron que no fomentaba ningún ingreso económico y determinaron que la ruta generaba pérdidas económicas para el país. Una de las principales consecuencias fue la afectación hacia los pequeños y grandes emprendimientos, pues muchos de estos obtuvieron pérdidas económicas al no vender sus productos.

EMPCRD

Puedo mencionar una causa muy importante como fue la falta de interés por parte del gobierno y el escaso apoyo económico. Y entre una consecuencia puedo mencionar el efecto negativo hacia los emprendimientos, pues al no tener suficientes visitantes, los negocios obtenían pérdidas materiales y económicas.

Tabla 29*Tren del Hielo II y su influencia en la creación de emprendimientos turísticos*

Interrogante 4: ¿Cree usted que la ruta Tren del Hielo II influyó en la creación de emprendimientos turísticos?	
E-GAD	Sí, con la implementación de esta ruta, muchos emprendimientos se fueron creando, pues el tren llamaba mucho la atención de los turistas y esto ayudó a que se pueda encadenar de mejor manera el proceso turístico.
E-TREN	Claro que sí, antes de la implementación de la ruta se hizo una encuesta en donde se obtuvo como resultado 110 emprendimientos, pero llegó la pandemia, además el cierre de la ruta y quedaron aproximadamente 20 emprendimientos vigentes.
REMPFUN-1	Sí, con la ruta Tren del Hielo II nacieron muchos emprendimientos que tenían la expectativa de cubrir las necesidades del turista.
REMPFUN-2	La ruta Tren del Hielo II si influyó bastante en la creación de emprendimientos, ya que gracias al fomento turístico se dieron a conocer productos y servicios que los cantones producían.
EMPCRD	Desde antes de la ruta ya existían emprendimientos, sin embargo a partir de su implementación se crearon más negocios relacionados a la actividad turística.

Tabla 30*Afectación del cierre de la ruta Tren del Hielo II a los emprendimientos turísticos*

Interrogante 5: ¿Cómo cree que afectó el cierre de la ruta Tren del Hielo II a los emprendimientos turísticos que se desarrollaban alrededor de ella?	
E-GAD	El cierre de la ruta turística Tren del Hielo II, en un inicio sí afectó a los emprendimientos pero también fue algo que ayudó a que estos negocios se unan entre sí, para trabajar de manera conjunta a medida que se fortalecían sus proceso de crecimiento.
E-TREN	Les afectó terriblemente, los emprendedores tuvieron problemas no solo económicos, sino también psicológicos, porque el cierre hizo que nuestra gente perdiera su negocio, muchos emprendimientos desaparecieron.

Interrogante 5: ¿Cómo cree que afectó el cierre de la ruta Tren del Hielo II a los emprendimientos turísticos que se desarrollaban alrededor de ella?	
REMPFUN-1	Lamentablemente muchos emprendimientos se vieron afectados de manera negativa y se vieron obligados a cerrar porque ya no tenían el mismo progreso que cuando la ruta estaba vigente.
REMPFUN-2	El cierre de esta ruta, nos afectó negativamente porque disminuyó el turismo y como resultado nos generó pérdidas económicas, también afectó a varios pequeños y grandes emprendimientos que se estaban formando y cerraron sus servicios.
EMPCRD	Tras el cierre de la ruta Tren del Hielo II, muchos emprendimientos turísticos nos vimos perjudicados porque ya no había esa afluencia turística a la que estábamos acostumbrados y muchos emprendedores tomamos la decisión de suspender nuestros servicios por las pérdidas irrecuperables que tuvimos.

Tabla 31*Estrategias elaboradas a partir del cierre de la ruta Tren del Hielo II*

Interrogante 6: ¿Se generaron estrategias e iniciativas enfocadas en brindar soporte a los emprendimientos turísticos que resultaron perjudicados tras el cierre de la ruta Tren del Hielo II?	
E-GAD	Dentro de las estrategias e iniciativas que se tomaron en cuenta se habla principalmente de capacitaciones dirigidas a los prestadores de servicios con el propósito de fortalecer la calidad del servicio; la promoción turística de carácter presencial y online a través de influencers; convenios conjuntamente con la Municipalidad, con la finalidad de que la gente conozca sobre lo que ofrecen los diferentes cantones que formaban parte de esta ruta turística, tal es el caso de Cevallos. También se ha buscado la innovación gastronómica, porque cada vez van creciendo nuevos negocios y buscan ofertar algo nuevo con los productos locales.
E-TREN	Sí, en especial el GAD municipal de Cevallos apoyó con un espacio para que los emprendedores puedan desarrollarse, pues se cuenta con una plaza de especies menores, en donde se les delegó un espacio para que puedan ofertar sus productos o servicios, sin embargo, para estos negocios no era lo mismo que cuando funcionaba la ruta.

Interrogante 6: ¿Se generaron estrategias e iniciativas enfocadas en brindar soporte a los emprendimientos turísticos que resultaron perjudicados tras el cierre de la ruta Tren del Hielo II?

REMPFUN-1 En realidad el apoyo por parte de las autoridades fue muy escaso, no se vieron estrategias y enfocadas en brindarnos ayuda a los emprendedores.

REMPFUN-2 Desde el principio las entidades encargadas no tomaron en cuenta las consecuencias que iba a tener el cierre de la ruta, ni pensaron en el impacto económico que esta nos generaba a los emprendimientos, y hasta la actualidad creo que no se ha generado ninguna estrategia para fomentar el turismo dentro de los cantones involucrados.

EMPCRD Realmente no, desde mi experiencia jamás recibí la propuesta para el desarrollo de estrategias e iniciativas que puedan ser implementadas dentro de mi negocio, y hasta la actualidad las autoridades no se han pronunciado en ese aspecto.

Análisis y discusión de resultados

Una vez presentada las tablas que recogen cada una de las respuestas presentadas por los expertos se exhibe el siguiente análisis: Los cinco expertos tienen concordancia en sus respuestas debido a que mencionan que las entidades públicas y privadas como, Ferrocarriles del Ecuador, el Gobierno Autónomo de la Provincia de Tungurahua conjuntamente con los GAD Municipales llevaron a cabo reuniones de manera continua con la finalidad de sociabilizar el proyecto Tren del Hielo II y ponerlo en marcha para la generación de fuentes de empleo. Sin embargo, también se indica que las mismas entidades mencionadas se encontraron involucradas en su posterior cierre.

Con respecto a la relación de la ruta del tren del Hielo II con las actividades productivas los entrevistados mencionaron que evidentemente la ruta influyó de manera grande en la creación de actividades comerciales en los territorios por donde transitaba, es el caso del cantón Cevallos en donde el emprendimiento surgió a pasos agigantados, debido a que parte de la población ya contaba con un negocio como la fabricación de calzado pero no encontraban

impulso hasta la implementación de la ruta turística a su vez otras familias crearon sus microempresas en base a la actividad turística ofreciendo artesanías, tours, alimentación, entre otros servicios turísticos.

En relación a las causas para el cierre de la ruta turística Tren del Hielo II ellos aluden que se debió por una mala administración por parte del gobierno, debido a que no contaban con los recursos necesarios para poder sostener económicamente al tren, por lo tanto, fue una decisión tomada desde la jerarquía más alta más no por parte de los GAD provinciales o cantonales, con ello las consecuencias se relacionaron más a los emprendimientos pues los mismos sin el movimiento económico corrían el riesgo de desaparecer.

Es indiscutible el aporte significativo que brindó la ruta del Tren del Hielo II para la creación de emprendimientos turísticos, ya que a lo largo de la ruta se podía encontrar estaciones en donde se ofrecían ciertos servicios turísticos como alimentación, guianza, venta de souvenirs, los mismos que se crearon a partir de la implementación de la ruta y de hecho existió una investigación en donde se obtuvo que antes del cierre del tren existía aproximadamente 110 emprendimientos destinados al área turística.

Una vez, realizado el cierre de la ruta Tren del Hielo II fue innegable las afectaciones que sufrieron los emprendedores tanto económicamente como psicológica y emocional, debido a que la ruta representaba su ingreso económico para el día a día en su hogar, por lo que esta decisión afectó tanto a emprendimientos grandes o a pequeños que contaban con poco tiempo en el mercado y tenían aún la esperanza de poder continuar con sus actividades económicas.

Finalmente, se identifica que si se generaron iniciativas y estrategias que brindaron soporte a los emprendimientos por medio de la capacitación para el mejoramiento del servicio, la promoción turística de carácter presencial y online por medio de la difusión a través de influencers, a su vez se menciona que algunos GAD permitieron a los emprendedores exponer sus productos y servicios en plazas de especies menores, sin embargo ciertos comerciantes mencionan que ellos no han recibido respuesta tras el cierre de la ruta y tampoco han sido

partícipes de alguna iniciativa presentada, esto se alude a que existieron muchos emprendimientos por lo que las estrategias que en cierto momento se tomaron no todos se encuentran en disponibilidad para llevarlas a cabo por el hecho de encontrarse con algún ruedo de negocio que no les permita la movilización, tal es el caso de los emprendimientos gastronómicos.

Tendencias del producto

Mediante los datos obtenidos se pudo identificar que la ruta del Tren del Hielo II era un servicio turístico utilizado de manera anual, la misma que era valorizada por las facilidades turísticas que brindada a lo largo de su recorrido debido a que también se observaba que contaba con una adecuada planta turística para satisfacer las necesidades y requerimientos de los visitantes, los mismos que se sentían atraídos por las experiencias turísticas que esta podía brindar, por lo que en síntesis se expresa que la motivación principal de las personas era realizar turismo.

En cuanto a la existencia de establecimientos dedicados al expendio de alimentos y bebidas el servicio que más era consumido por los visitantes corresponde a la alimentación y en específico en la ruta del Tren del Hielo II, que en el cantón Cevallos se observaba que los lugares más visitados eran los concernientes a los emprendimientos locales, los mismos que ofrecían productos alimenticios tradicionales, postres, cafés, entre otros.

En conclusión, la ruta Tren del Hielo II contó con una gran acogida por turistas nacionales y extranjeros los mismos que movían la economía de los territorios por donde circulaba el tren dentro de esta ruta, logrando así la generación de emprendimientos en el área turística y potencializando otros que ya existían, pero necesitaban un impulso para su crecimiento. Es así que la reactivación de la ruta del Tren de Hielo II propone un beneficio grande tanto para los emprendimientos que aún coexisten en las respectivas estaciones como para los turistas que buscan sumar nuevas experiencias.

Fundamentación de la idea a defender

En relación a la idea a defender planteada: “El análisis de la ruta turística Tren del Hielo II contribuye a entender como incidió el cierre de esta ruta a los emprendimientos turísticos”; en donde por medio de la investigación realizada, evidentemente se pudo identificar qué; si guarda una relación estrecha el cierre de la ruta y los emprendimientos que se vieron afectados por esta acción, a causa de que antes de la suspensión existían en cada estación algunos emprendimientos como por ejemplo en la estación que era punto de partida es decir, Ambato se podía visualizar 4 negocios, en la estación de Mocha 6, en la estación de Urbina 3, en la estación de Cevallos 12 en contraposición de los emprendimientos que ahora existen en donde se detalla que en la Estación de Ambato ya no existe ninguno, en la estación de Mocha se cuenta solamente con 2, a su vez en la estación de Urbina se divisa 3 y finalmente en la estación de Cevallos existen 11, esto es corroborado por la autora Sandoval (2018) que señala que el impacto económico generado en los emprendedores de la ruta turística Tren del Hielo II está directamente relacionado con la suspensión del servicio del tren, por lo que enlista algunas actividades económicas como la fabricación de calzado o mermeladas que hasta el momento ya no son elaborados por los mismos emprendimientos que funcionaban en un inicio.

Otro de los aspectos en donde se puede entender como incide el cierre de la ruta del Hielo II en los emprendimiento turísticos, corresponde al ámbito económico debido a que en su funcionamiento logró el crecimiento del sector turístico ya que al existir gran afluencia de turistas que consumían bienes o servicios en alguna de las estaciones se lograba incrementar el flujo de dinero en la localidad lo cual provocaba que nuevos pobladores miren como fuente de ingresos económicos para su familia y procedan a crear sus propios emprendimientos, los mismos que fueron al poco tiempo cerrados, teniendo una corta duración en el mercado, así lo afirma Villacís (2021) en donde por medio de su investigación identifica que la recesión económica durante la pandemia a causa del COVID 19 afectó inmensamente como para declarar el cierre definitivo de la empresa de Ferrocarriles del Ecuador y con ello de las rutas

turísticas que a largo plazo llegó afectar a los emprendimientos recién ubicados dentro del mercado.

En esta misma línea de ideas, la afectación en el cierre de la Ruta Tren del Hielo II se palpa por la pérdida de empleo de personas que trabajan en los emprendimientos de acuerdo a la información recaba dentro de la investigación ya que mencionan que los dueños o representantes de los emprendimientos entrevistados destacar la falta de respuesta por parte del gobierno para evitar que se continúe cerrando los negocios, lo expuesto también lo asegura Toctaguano (2019) en su investigación destaca que el cierre de las rutas dejó al menos sin empleo a 360 personas trabajadoras de la empresa Ferrocarriles del Ecuador y en total de 3600 personas quienes contaban con empleos directos e indirectos como prestadores de servicios entre ellos, cafeterías, museos locales, plazas artesanales, operadores de turismo, refugios de montaña, etc.

Por medio de las entrevistas también se pudo conocer que el Tren es un bien patrimonial declarado así en el año 2008, por tanto, guarda un colectivo de memorias, historia y esfuerzo por parte de un país, por lo que el problema en su cierre no fue provocado por un inconveniente de manera local es decir de los GAD cantonales, más bien fue el gobierno quien decidió su cierre sin pensar en las consecuencias que traería a las familias que vivían de sus emprendimientos diariamente, esta noción lo maneja de mejor manera la autora Arana (2020) quien refiere que existían medidas económicas que acatar debido a la pandemia, pero que el cierre del ferrocarril considerándose como un bien patrimonial es anticonstitucional además, de afirmar de manera severa que esto perjudicó a más de 300 personas que quedaron sin empleo. Por lo tanto, la toma de decisiones según su punto de vista no fue acertada y debió trabajarse para evitar el quiebre de negocios conjuntamente con la pérdida de la economía local.

Montoya (2020) también plantea que el cierre de la ruta turística Tren del Hielo II no solo afectó en el ámbito económico, al provocar el cierre de los emprendimientos que funcionaban en su entorno, sino también en el ámbito psicológico y emocional de los propietarios de dichos

emprendimientos ya que en su mayoría confiaban en la factibilidad de sus negocios como medio de subsistencia principal para sus familias, esta información es corroborada debido a que también fue obtenida a través de la entrevista aplicada en la presente investigación hacia los expertos, los mismo que pudieron palpar y observar in situ estas eventualidades que se iban produciendo en las comunidades de donde formaban parte.

Alternativas de solución

El siguiente apartado titulado alternativas de solución se encuentra detallado el análisis FODA, el direccionamiento estratégico, proyección y despliegue de proyectos que corresponden a este punto.

En primera estancia se plantea la identificación de las fortalezas y debilidades que son factores internos de la ruta Tren del Hielo II en estudio, que permiten conocer los puntos fuertes y débiles del entorno en el cual se desarrolla la ruta, a su vez se establece las oportunidades y amenazas que son externas y que desde luego permiten tener conocimiento de los elementos externos que se tiene con respecto a desarrollo esta ruta. En tal sentido, se presenta la siguiente tabla que contiene el análisis FODA:

Análisis FODA

Tabla 32

Matriz de resumen-Síntesis FODA

No.	OPORTUNIDADES
O1	El turismo se considera dentro de la matriz productiva por ende es una fuente de ingresos para el país.
O2	El gobierno actual impulsa leyes a favor de la industria turística y desarrollo local
O3	Existencia de programas que promueven la conservación de la cultura y la identidad local
O4	Presencia de programas de formación turística con énfasis en sostenibilidad

-
- O5 Existencia de programas que promueven la comercialización y uso de artesanías características del destino que a su vez son elaboradas por los pobladores
 - O6 Proyectos ejecutados de inversión privada que benefician de manera indirecta a la localidad
 - O7 Eventos de integración y difusión cultural organizados por empresas privadas
 - O8 Desarrollo tecnológico que permite canalizar las tendencias del turista
 - O9 Aumento del uso de plataformas virtuales para marketing y publicidad.
 - O10 Posicionamiento del Ecuador como destino turístico Internacional
 - O11 Aún el tren cuenta con infraestructura adecuada como rieles, vagones, entre otros, a lo largo de la región interandina
 - O12 Alto poder adquisitivo en turistas extranjeros que pueden acceder a la compra de productos turísticos posicionados

O13 Existen espacios turísticos naturales y culturales en todo el Ecuador

No.

AMENAZAS

- A1 Cambios de leyes y normativas de acuerdo a las autoridades de turno
- A2 Cambios climáticos extremos
- A3 Enfermedades incontrolables como pandemias, epidemias, entre otros.
- A4 Modificación de ley tributaria que afecta a los emprendedores
- A5 Crecimiento de la inseguridad en todo el país
- A6 Crisis económica a nivel mundial
- A7 Alto coste de mantenimiento de los recursos (tren)
- A8 Rebrote del COVID-19 a nivel nacional
- A9 Continuo cambio en las tendencias turísticas
- A10 Erupción de los volcanes activos que se encuentran cerca de la ruta

No.

FORTALEZAS

- F1 Atractivos turísticos naturales existentes en la ruta tren de Hielo II
 - F2 Los emprendimientos turísticos que aún existen y se encuentran relacionados con la ruta cumplen con los requisitos legales para su funcionamiento
 - F3 Nivel alto de participación de la población en decisiones relacionadas con el turismo
 - F4 Tiendas de artesanías locales que aún existentes en torno a la ruta
 - F5 Planta turística existente en el punto de partida de la ruta (Ambato).
 - F6 Población con experiencia en atención al turista
-

-
- F7 Antecedentes del tren con valor histórico y cultural
 - F8 El Tren es declarado patrimonio cultural del Estado

No.**DEBILIDADES**

- D1 Extinción de la entidad gubernamental encargada de administrar el tren y sus líneas férreas (Empresa pública Ferrocarriles del Ecuador (FEEP))
 - D2 Deterioro de Ordenanzas que permitan el cuidado de la infraestructura del tren que no se encuentra en funcionamiento
 - D3 Falta de leyes y decretos que permitan la reactivación de la ruta Tren del Hielo II
 - D4 Baja capacidad de financiamiento por parte del gobierno para reactivar la ruta turística
 - D5 Cierre continuo de emprendimientos relacionados a la ruta del Tren del Hielo II
-

Direccionamiento estratégico

Esta sección de la investigación se refiere al proceso mediante el cual se identifica la finalidad y propósito del plan estratégico, en efecto, se procede al desarrollo de las dos secciones que componen este apartado: la primera en base a las matrices de acción estratégica y la segunda que corresponde a la matriz de síntesis estratégica. De manera continua, como parte del direccionamiento estratégico se detallan las siguientes matrices:

- a) Matrices de acción estratégica:** Con base a la matriz de acción estratégica se elabora una valoración en cuanto a las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene la ruta del Tren del Hielo II, realizando una comparación en la cual se analiza las áreas ofensivas que ayudan a identificar las ventajas o fortalezas que posee la ruta, aprovechando las oportunidades, es así que se localiza la defensa estratégica que combina debilidad y amenazas, donde se encuentra la dificultad para contrarrestar las amenazas. De igual forma se valora las áreas de respuesta estratégica que combina las fortalezas y amenazas indagando los puntos

débiles que deben de eliminarse y ejercer las oportunidades. Para una mejor comprensión se presenta las siguientes tablas:

Tabla 33

Matriz de acción FO

	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	O8	O9	O10	O11	O12	13	TOTAL
F1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	3	18
F2	1	3	1	1	3	1	3	3	1	1	3	1	1	23
F3	1	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	1	3	30
F4	1	1	2	1	2	1	2	2	3	1	2	1	1	20
F5	1	2	1	1	1	1	1	3	2	1	2	1	1	18
F6	1	3	3	3	3	1	3	3	2	1	2	1	1	27
F7	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	3	2	23
F8	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	19
TOTAL	8	17	14	14	14	11	15	20	15	9	17	11	13	178

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

$$\text{RBF(FO)} = 178 / (8 * 13 * 3)$$

$$\text{RBF(FO)} = 178 / 312$$

$$\text{RBF(FO)} = 0,57 * 100 = 57,05\%$$

La matriz de acción FO presenta las fortalezas y oportunidades, procedentes de la matriz de la ponderación de impactos que la antecede, donde sobresalen cuatro fortalezas (F2, F3, F6, F7) y cinco oportunidades (O2, O7, O8, O9, O11), las cuales de acuerdo al radio de balance representa un escenario favorable que al accionar promueve el desarrollo de la ruta del Tren del Hielo II.

Tabla 34*Matriz de acción DA*

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	TOTAL
D1	3	1	1	1	1	1	2	1	1	1	13
D2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
D3	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	13
D4	3	1	2	2	3	3	3	1	1	1	20
D5	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	26
TOTAL	15	5	6	9	9	9	10	7	7	7	84

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

$$\text{RBF(DA)}= 84/ (5*10*3)$$

$$\text{RBF(DA)}= 84/150$$

$$\text{RBF(DA)}= 0,56 *100 = 56\%$$

La matriz de acción DA presenta las debilidades y amenazas, procedentes de la matriz de la ponderación de impactos que la antecede, en donde se evidencia dos debilidades (D4 y D5) y dos amenazas (A1 y A7), las cuales de acuerdo al radio de balance generan una posición desfavorable para el desarrollo de la ruta, las cuales deben ser superadas.

Tabla 35*Matriz de acción FA*

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	TOTAL
F1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	12
F2	3	1	1	3	1	3	1	1	1	1	16
F3	3	1	1	3	1	1	1	1	2	2	16
F4	3	1	2	3	2	3	1	1	1	1	18
F5	3	1	1	3	2	2	2	1	1	1	17

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	TOTAL
F6	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	14
F7	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	13
F8	3	1	1	1	1	1	1	1	1	3	14
TOTAL	19	10	9	16	10	13	9	8	12	14	120

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

$$\text{RBF(FA)}= 120 (8*10*3)$$

$$\text{RBF(FA)}= 120/240$$

$$\text{RBF(FA)}= 0.50*100= 50\%$$

La matriz de acción FA presenta las Fortalezas y Amenazas, procedentes de la matriz de la ponderación de impactos que la antecede, donde sobresalen cuatro fortalezas (F2, F3, F4 y F5) y tres amenazas (A1 y A4 y A10), las cuales de acuerdo al radio de balance se puede aprovechar las fuerzas de la ruta para evitar o disminuir las repercusiones de las amenazas en la misma.

Tabla 36

Matriz de acción DO

	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	O8	O9	O10	O11	O12	O13	TOTAL
D1	3	3	2	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	22
D2	3	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	21
D3	3	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	21
D4	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	1	31
D5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	38
TOTAL	14	14	11	11	12	12	9	8	9	9	8	9	7	133

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

$$\text{RBF(DO)}= 133/ (5*13*3)$$

$$\text{RBF(DO)}= 133/ 195$$

$$\text{RBF(DO)} = 0,68 * 100 = 68.21\%$$

La matriz de acción DO presenta las Debilidades y Oportunidades, procedentes de la matriz de la ponderación de impactos que la antecede, donde sobresalen dos debilidades (D4 y D5) y cuatro oportunidades (O1, O2, O5 y O6), las cuales de acuerdo al radio de balance generan una posición desfavorable para el desarrollo de la ruta, las cuales a corto o largo plazo deberán convertirse en oportunidades para el beneficio del territorio.

En este sentido, se tuvo como resultado que la matriz FO tiene un radio de balance de fuerza del 57.05%, seguido de la matriz DA con 56%, asimismo la matriz FA con el 50%, y finalmente la matriz DO con el 68.21%, porcentajes que muestran el valor de importancia para establecer estrategias a corto o largo plazo para el desarrollo de la ruta del Tren del Hielo II.

Tabla 37

Ratio de balance de fuerza

RATIO DE BALANCE DE FUERZA		
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FORTALEZAS	FO 57.05%	FA 50%
DEBILIDADES	DO 68.21%	DA 56%

Al analizar todos los resultados obtenidos de la matriz, se puede indicar que:

- El 57.05% dentro de la matriz FO, existen mucha probabilidad de que exista fortalezas en comparación con las oportunidades.
- En la matriz FA se obtuvo un valor del 50%, donde se muestra que las amenazas superan a las fortalezas y es conveniente que las autoridades competentes a nivel nacional generen estrategias adecuadas para la reactivación de la ruta Tren del Hielo II
- Para la matriz DO se obtuvo un resultado del 68.21%, donde muestra que las debilidades pueden afectar directamente a las oportunidades.

- La matriz DA obtuvo un valor del 56%, donde se muestra que las debilidades supera a las amenazas.

Una vez analizado la ratio de balance de fuerza, los porcentajes son comparados entre las diferentes correlaciones del FODA, en este caso se pudo conocer que el mayor balance de fuerza se encuentra en la matriz de acción DO con el 68.21%, lo que significa que, a pesar de que las debilidades pueden afectar a las oportunidades, existen puntos fuertes para realizar y cumplir con las estrategias, por ello, en función de los resultados obtenidos en la siguiente tabla se citan las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relevantes.

Tabla 38

Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relevantes

FORTALEZAS RELEVANTES
F1: Atractivos turísticos naturales existentes en la ruta tren del Hielo II
F2: Los emprendimientos turísticos que aún existen y se encuentran relacionados con la ruta cumplen con los requisitos legales para su funcionamiento
F3: Nivel alto de participación de la población en decisiones relacionadas con el turismo
F4: Tiendas de artesanías que aún existentes en torno a la ruta
F5: Planta turística existente en el punto de partida de la ruta (Ambato)
F6: Población con experiencia en atención al turista
F7: Antecedentes del tren con valor histórico y cultural
DEBILIDADES RELEVANTES
D4: Baja capacidad de financiamiento por parte del gobierno para reactivar la ruta turística
D5: Cierre continuo de emprendimientos relacionados a la ruta del Tren del Hielo II
OPORTUNIDADES RELEVANTES
O1: El turismo se considera dentro de la matriz productiva por ende es fuente de ingresos para el país
O2: El gobierno actual impulsa leyes a favor de la industria turística y desarrollo local
O3: Existencia de programas que promueven la conservación de la cultura y la identidad
O5: Existencia de programas que promueven la comercialización y uso de las artesanías características del destino que a su vez son elaboradas por los pobladores

O6: Proyectos ejecutados de inversión privada que benefician de manera indirecta a la localidad

O7: Eventos de integración y difusión cultural organizados por empresas privadas

O8: Desarrollo tecnológico que permite canalizar las tendencias del turista

O9: Aumento del uso de plataformas virtuales para marketing y publicidad

O11: Aún el tren cuenta con infraestructura adecuada como rieles, vagones, etc., a lo largo de la región interandina

AMENAZAS RELEVANTES

A1: Cambio de leyes y normativas de acuerdo a las autoridades de turno

A4: Modificación de la ley tributaria que afecta a los emprendedores

A7: Alto coste de mantenimiento de los recursos (tren)

A10: Erupción de los volcanes activos que se encuentran cerca de la ruta

Bajo los elementos analizados anteriormente en relación con la calificación de impactos y el porcentaje de la matriz de acción de la correlación entre los factores tanto internos como externos, se definió aquellas fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades relevantes, con las cuales se procede a la elaboración de la matriz de síntesis estratégica.

b) Matriz de síntesis estratégica: Las acciones estratégicas FO, se basa en el uso de fortalezas internas con el propósito de aprovechar las oportunidades externas. Las acciones estratégicas preliminares DO, mejora las debilidades internas aprovechando las oportunidades. Las acciones estratégicas preliminares FA, trata de disminuir al mínimo el impacto de las amenazas del entorno, valiéndose de las fortalezas. Las acciones estratégicas preliminares DA, se utilizan para combatir las amenazas del sector turístico en el ámbito de la ruta del Hielo II debido a que no posee las fortalezas necesarias y pretende disminuir las debilidades.

Tabla 39

Matriz de síntesis estratégica

		OPORTUNIDADES		AMENAZAS			
		O1	El turismo se considera dentro de la matriz productiva por ende fuente de ingresos al país	A1	Cambio de leyes y normativas de acuerdo a las autoridades de turno		
		O2	El gobierno actual impulsa leyes a favor de la industria turística y desarrollo local	A4	Modificación de la ley tributaria que afecta a los emprendedores		
		O3	Existencia de programas que promueven la conservación de la cultura y la identidad	A7	Alto coste de mantenimiento de los recursos (tren)		
		O5	Existencia de programas que promueven la comercialización y uso de las artesanías características del destino que a su vez son elaboradas por los pobladores	A10	Erupción de los volcanes activos que se encuentran cerca de la ruta		
		O6	Proyectos ejecutados de inversión privada que benefician de manera indirecta a la localidad				
		O7	Eventos de integración y difusión cultural organizados por empresas privadas				
		O8	Desarrollo tecnológico que permite canalizar las tendencias del turista				
		O9	Aumento del uso de plataformas virtuales para marketing y publicidad				
		O11	Aún el tren cuenta con infraestructura adecuada como rieles, vagones, entre otros, a lo largo de la región interandina				
		FORTALEZAS		FO		FA	
F1	Atractivos turísticos naturales existentes en la ruta Tren del Hielo II	E1	F4-O5: Implementar una ruta turística cultural	E7	F2-A4: Planificar capacitaciones a los emprendimientos para la mejora en la prestación de los servicios ofertados		
F2	Los emprendimientos turísticos que aún existen y se encuentran relacionados con la ruta cumplen con los requisitos legales para su funcionamiento	E2	F3-O2: Solicitar la reactivación de la ruta Tren del Hielo II por medio de un comité de representación de los emprendimientos turísticos	E08	F3-A7: Gestionar recursos privados para el mantenimiento de las estaciones de la Ruta Tren del Hielo II		
F3	Nivel alto de participación de la población en decisiones relacionadas con el turismo	E3	F2-O3: Organizar ferias de emprendimientos turísticos relacionados con la ruta del Hielo II				
F4	Tiendas de artesanías que aún existen en torno a la ruta						
F5	Planta turística existente en el punto de partida de la ruta (Ambato)						
F6	Población con experiencia en atención al turista						
		DEBILIDADES		DO		DA	
D4	Baja capacidad de financiamiento por parte del gobierno para reactivar la ruta turística	E4	D4-O6: Elaborar una ruta turística gastronómica para la visita a los emprendimientos	E09	D5-A10: Crear una asociación de emprendimientos de la ruta Tren del Hielo II.		
D5	Cierre continuo de emprendimientos relacionados a la ruta del Tren del Hielo II	E5	D5-O8: Difundir los emprendimientos que forman parte de la ruta del Tren del Hielo II mediante el uso de redes sociales.	E10	D4-A1: Generar alianzas estratégica con instituciones públicas y privadas que brinden apoyo a los emprendimientos turísticos existentes		
		E6	D4-O11: Elaborar un plan de salvaguarda de la infraestructura de la Ruta Tren del Hielo II	E11	D5-A4: Elaborar un mapa turístico de los emprendimientos de la Ruta Tren del Hielo II.		

Proyección estratégica

Una vez desarrollada la matriz de síntesis estratégica se procede a realizar la proyección estratégica que consta de dos apartados, el literal a que corresponde a la planificación de proyectos y el literal b que concierne a la priorización de los proyectos, por lo tanto, a continuación, se desarrolla cada uno de los ítems para una mejor comprensión:

- a) Planificación de proyectos:** Después de elaborar la matriz de síntesis estratégica en donde se desarrollan estrategias elaboradas de manera general en el área turística, a su vez en cuanto a la relación de la ruta y finalmente estrategias dirigidas a los emprendimientos, es necesario la realización de la planificación de los proyectos, para lo cual se presenta la siguiente tabla, la misma que abarca la dimensión, con su respectivo objetivo estratégico y los proyectos a proponerse con la finalidad de aportar al desarrollo y fortalecimiento de los establecimientos turísticos pertenecientes a la Ruta Tren del Hielo II, cumpliendo así con el objetivo tres de la presente investigación.

Tabla 40

Planificación de proyectos

RUTA TREN DEL HIELO II		
Dimensión	Objetivo estratégico	Proyectos
Económica	Implementar una ruta turística cultural	Ruta turística cultural Tren del Hielo II
	Organizar ferias de emprendimientos turísticos relacionados con la ruta del Hielo II	Feria de emprendimientos turísticos
	Elaborar una ruta turística gastronómica para la visita a los emprendimientos	Ruta Turística gastronómica

RUTA TREN DEL HIELO II		
Dimensión	Objetivo estratégico	Proyectos
Comunidad	Generar alianzas estratégica con instituciones públicas y privadas que brinden apoyo a los emprendimientos turísticos existentes	Alianza estratégica entre la empresa pública y privada
	Solicitar la reactivación de la ruta Tren del Hielo II por medio de un comité de representación de los emprendimientos turísticos	Plan de reactivación Ruta Tren del Hielo II
	Gestionar recursos privados para el mantenimiento de las estaciones del tren del Hielo II	Plan de mantenimiento de las estaciones que conforman la ruta Tren del Hielo II
Tecnológica	Difundir y promocionar los distintos emprendimientos que forman parte de la ruta del Tren del Hielo II mediante el uso de redes sociales.	Plan de promoción y difusión turística
Cultural	Elaborar un plan de salvaguardia de la infraestructura del tren del Hielo II	Plan de Salvaguarda
Social	Planificar capacitaciones a los emprendimientos para la mejora en la prestación de los servicios ofertados	Plan de capacitaciones a emprendimientos
	Crear una asociación de emprendimientos de la ruta Tren del Hielo II.	Plan organizacional de los emprendimientos Ruta Tren del Hielo II
	Elaborar un mapa turístico de los emprendimientos de la Ruta Tren del Hielo II.	Mapa turístico de emprendimientos

b) Priorización de proyectos: Después de realizar una planificación previa de los proyectos, se procede a efectuar la priorización de proyectos que es utilizada en la planificación estratégica para permitir la asignación de recursos a los proyectos que producen mayores beneficios para el desarrollo y fortalecimiento de los emprendimientos existentes en la Ruta Turística Tren del Hielo II.

Es así que se procede a enlistar de forma horizontal cada uno de los proyectos y de manera vertical los objetivos estratégicos, a continuación, se determina el peso de cada objetivo, considerando que el total será del 100%. A su vez se efectúa la valoración por medio de una ponderación estimada como: fuerte (9), moderado (6), débil (3) y ninguno (0) que permite medir el impacto que tiene cada proyecto con cada uno de los objetivos estratégicos, seguidamente se multiplica el peso de cada objetivo por el valor del impacto y el resultado obtenido en cada uno se suma para con ello determinar el impacto y prioridad que posee cada proyecto, finalmente se procede a priorizar en función a los puntajes desde el más alto hasta el más bajo (Ver tabla 41).

Con respecto a la tabla de proyectos priorizados (Ver Tabla 42) se observa una organización de cada uno de los proyectos establecidos de acuerdo al puntaje adquirido efectuándose una escala del 1 al 7. A continuación, se presenta las matrices mencionadas:

Tabla 41

Matriz de priorización de proyectos

	Objetivos estratégicos	Peso	Proyectos										
			P1.	P2.	P3.	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8	P.9	P.10	P.11
Económica	Implementar una ruta turística cultural	6%	9	0	9	3	6	0	6	9	6	6	6
	Organizar ferias de emprendimientos turísticos relacionados con la ruta del Hielo II	12%	6	9	3	3	3	0	3	6	6	6	6

	Elaborar una ruta turística gastronómica para la visita a los emprendimientos	9%	6	9	9	3	3	3	6	3	6	9	6
Comunidad	Alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas que brinden apoyo a los emprendimientos turísticos existentes.	7%	3	3	3	9	0	6	0	3	3	6	0
	Solicitar la reactivación de la ruta Tren del Hielo II por medio de un comité de representación de los emprendimientos turísticos	5%	3	3	0	3	9	6	0	3	0	3	0
	Gestionar recursos privados para el mantenimiento de la infraestructura y las estaciones del tren del Hielo II	3%	3	3	0	0	3	0	0	3	0	3	0
Tecnológica	Difundir los emprendimientos mediante redes sociales	8%	3	9	3	3	3	6	9	3	6	6	9
Cultural	Elaborar un plan de salvaguarda de la infraestructura del Tren del Hielo II	8%	0	6	0	3	3	3	6	9	0	3	6
Social	Planificar capacitaciones a los emprendimientos para la mejora en la prestación de los servicios ofertados	4%	3	6	6	3	3	3	6	3	9	3	6
	Asociación de los emprendimientos de la ruta Tren del Hielo II	11%	3	6	3	3	3	3	6	3	3	3	3
	Elaboración de un mapa turístico de emprendimientos de la Ruta Tren del Hielo II.	18%	6	9	9	3	3	3	9	3	6	3	9
Sumatoria		91%	3,5	4,8	3,5	2,8	3,0	2,5	3,9	3,7	3,5	3,9	3,9
Priorización de proyectos			4	1	4	6	5	7	2	3	4	2	2

Tabla 42*Proyectos priorizados*

Prioridad	Proyecto
1	Feria de emprendimientos turísticos
2	Plan de promoción y difusión turística
2	Plan organizacional de los emprendimientos Ruta Tren del Hielo II
2	Mapa turístico de emprendimientos turísticos
3	Plan de salvaguarda para la ruta turística Tren del Hielo II
4	Proyecto ruta turística cultural Tren del Hielo II
4	Proyecto ruta turística gastronómica
4	Plan de capacitaciones a emprendimientos
5	Plan de reactivación turística Ruta Tren del Hielo II
6	Alianza estratégica entre la empresa pública y privada
7	Plan de mantenimiento de las estaciones que conforman la ruta Tren del Hielo II

Despliegue de proyectos

Posterior a la determinación de proyectos priorizados se ha percibido oportuno desarrollar los primeros cinco proyectos encaminados al desarrollo y fortalecimiento de los emprendimientos que aún funcionan a lo largo de la Ruta Tren del Hielo II, a continuación, se detalla cada uno de los proyectos con sus respectivas actividades, tiempos, indicadores, presupuesto, es decir, todos aquellos aspectos relacionados con la puesta en marcha del proyecto.

Tabla 43

Primer proyecto

PROYECTO N°1																			
1.- INFORMACIÓN GENERAL																			
Perspectiva:		Económica																	
Eje estratégico:		Gestión financiera																	
Proyecto:		Feria de emprendimientos turísticos																	
Responsable:		Emprendedores, entidades gubernamentales																	
2.-OBJETIVOS																			
Objetivo estratégicos:		Organizar ferias de emprendimientos turísticos relacionados con la ruta del Tren del Hielo II																	
Objetivo Operativo		Gestionar el espacio público para el uso de los emprendedores en la venta de sus productos mediante el uso del espacio público cantonal, con la finalidad de que los negocios puedan contar con nuevos espacios de comercialización.																	
3.- CURSOS DE ACCION																			
a) Planificación del estudio																			
ACTIVIDAD	TIEMPO	2023												2024		INDICADOR DE ÉXITO	% DE CLIENTES CLAVES		Presupuesto
		F	M	A	M	J	JL	A	S	O	N	D	E	F	METAS		Recursos	Limitaciones	
Presupuesto																			\$5.400
1	Definir el alcance de la feria de emprendimientos															Definiciones establecidas	Recursos humanos Recursos tecnológicos Recursos económicos Infraestructura pública	Veracidad de la información	\$500
2	Identificación de los emprendimientos participantes															Cantidad de emprendimientos inscritos a la feria		Alcance de los emprendedores	\$650
3	Establecer la logística															Personal debidamente organizado		Falta de personal capacitado	\$1000
4	Tramitar la documentación necesaria para el uso de espacios a nivel cantonal															Permisos correctos brindados por el GAD		Largos trámites públicos	\$250
5	Elegir la ubicación de cada stand															Organización de cada emprendimientos		Conflicto de gustos y preferencias por parte de los emprendedores para elegir stand	\$300
6	Socialización de la ubicación, tiempos, etc.															Listado de asistencia a reuniones de socialización		Disponibilidad de tiempo	\$200
7	Anunciar la participación de cada emprendedor															Distribución de la información por medios de comunicación		Presupuesto limitado para la contratación de publicidad	\$2000
8	Seguimiento del proyecto															Control del proyecto		Factibilidad de la feria	\$500
Fecha de Inicio		Martes 07 de Febrero del 2023																	
Fecha de terminación		Miércoles 07 de Febrero del 2024																	
Unidad de medida:		% de emprendedores participantes																	
b) Seguimiento y rehabilitación																			
Verificación parcial inicial		Viernes 14 de Febrero del 2023																	
Verificación parcial final		Martes 06 de Febrero del 2024																	
4.-OBSERVACIONES																			

Tabla 44

Segundo Proyecto

PROYECTO N°2																			
1.- INFORMACIÓN GENERAL																			
Perspectiva:		Tecnología																	
Eje estratégico:		Promoción turística																	
Proyecto:		Plan de promoción y difusión turística																	
Responsable:		Entidades gubernamentales, emprendimientos																	
2.-OBJETIVOS																			
Objetivo estratégicos:		Difundir los emprendimientos que forman parte de la ruta del Tren del Hielo II mediante el uso de redes sociales.																	
Objetivo Operativo		Promocionar los emprendimientos por medio de las redes sociales para lograr que los turistas puedan llegar y conocer los distintos negocios.																	
3.- CURSOS DE ACCIÓN																			
a) Planificación del estudio																			
ACTIVIDAD	TIEMPO	2023												2024		INDICADOR DE ÉXITO	% DE CLIENTES CLAVES		Presupuesto
		F	M	A	M	J	JL	A	S	O	N	D	E	F	Recursos		Limitaciones		
Presupuesto																		\$3.900	
1	Definir el alcance del proyecto	■	■													Definiciones establecidas	Recursos humanos Recursos tecnológicos Recursos económicos Infraestructura privada	Alcance de la información	\$150
2	Sociabilizar el proyecto			■												Aceptabilidad del proyecto por parte de la comunidad		Desacuerdo con la comunidad	\$50
3	Establecer las redes sociales adecuadas para el fin				■	■										Estadísticas oficiales por red social		Validez de la información	\$500
4	Recopilar información						■									Informe final		Validez de la información	\$400
5	Toma de fotografías							■								Fotografías digitalizadas		Validez de fotografías	\$550
6	Creación de las redes								■							Páginas de las distintas redes sociales		Limitado conocimiento de fotografía	\$600
7	Configuración general de los perfiles								■	■						Resultado de la configuración		Delimitado conocimiento de tecnología	\$500
8	Elaborar un cronograma de publicaciones									■	■	■	■	■		Cumplimiento de cronograma		Dificultad para el cumplimiento de actividades en los tiempos estimados	\$650
9	Seguimiento de cada red social													■		Informe final de estadísticas		Validez de la información	\$500
Fecha de Inicio		Miércoles 22 de Febrero del 2023																	
Fecha de terminación		Viernes 10 de Febrero del 2024																	
Unidad de medida:		número de seguidores por red social																	
b) Seguimiento y rehabilitación																			
Verificación parcial inicial		Lunes 20 de Febrero del 2023																	
Verificación parcial final		Jueves 08 de Febrero del 2024																	
4.-OBSERVACIONES																			

Tabla 45

Tercer proyecto

PROYECTO N°3																				
1.- INFORMACIÓN GENERAL																				
Perspectiva:		Social																		
Eje estratégico:		Gestión social																		
Proyecto:		Plan organizacional de los emprendimientos turísticos																		
Responsable:		Emprendedores, entidades gubernamentales																		
2.-OBJETIVOS																				
Objetivo estratégicos:		Crear una asociación de emprendimientos de la ruta Tren del Hielo II.																		
Objetivo Operativo		Contar con un sentido de cooperación y autogestión por medio de la asociatividad que permita el trabajo en equipo de los negocios implicados en esta ruta.																		
3.- CURSOS DE ACCIÓN																				
a) Planificación del estudio																				
ACTIVIDAD	TIEMPO	2023												2024		INDICADOR DE ÉXITO	% DE CLIENTES CLAVES		Presupuesto	
		F	M	A	M	J	JL	A	S	O	N	D	E	F	METAS		Recursos	Limitaciones		
Presupuesto																				\$2.600
1	Definir el alcance del proyecto	■															Definiciones establecidas	Recursos humanos Recursos tecnológicos Recursos económicos Infraestructura privada	Veracidad de la información	\$300
2	Convocatoria a los emprendimientos		■														Cantidad de emprendimientos asistentes		Desconfianza por parte de los emprendedores	\$250
3	Sociabilizar el proyecto			■													Comprensión claro del proyecto		Falta de personal capacitado	\$500
4	Tramitar la documentación necesaria en la parte legal				■	■	■										Permisos de funcionamiento		Largos trámites públicos	\$650
5	Elegir la ubicación de la sede de la asociación							■	■								Localización de las oficinas		limitado presupuesto para arriendo de instalaciones	\$450
6	Plantear objetivos, metas, valores de la asociación									■							Plan de trabajo anual		Disponibilidad de tiempo por cada uno de los socios	\$500
7	Anunciar la creación de la asociación										■	■					Difusión por medio de canales de información		Presupuesto limitado para la contratación de publicidad	\$200
8	Seguimiento del proyecto												■	■			Funcionamiento correcto de la asociación		Factibilidad del modelo	\$250
Fecha de inicio		Jueves 16 de Febrero del 2023																		
Fecha de terminación		Jueves 09 de Febrero del 2024																		
Unidad de medida:		% de emprendedores asociados del total existente																		
b) Seguimiento y rehabilitación																				
Verificación parcial inicial		Miércoles 15 de Febrero del 2023																		
Verificación parcial final		Miércoles 08 de Febrero del 2024																		
4.-OBSERVACIONES																				

Tabla 46

Cuarto proyecto

PROYECTO N°4																			
1.- INFORMACIÓN GENERAL																			
Perspectiva:		Social																	
Eje estratégico:		Promoción turística																	
Proyecto:		Mapa turístico de emprendimientos																	
Responsable:		Entidades gubernamentales, emprendimientos																	
2.-OBJETIVOS																			
Objetivo estratégicos:		Elaborar un mapa turístico de los emprendimientos de la ruta Tren del Hielo II.																	
Objetivo Operativo		Dar a conocer la localización de los emprendimientos para que puedan ser visitados, por medio de la recolección de información con la finalidad dar a conocer la ubicación de los negocios existentes en cada cantón por donde transitaba esta ruta.																	
3.- CURSOS DE ACCIÓN																			
a) Planificación del estudio																			
ACTIVIDAD	TIEMPO	2023												2024		INDICADOR DE ÉXITO	% DE CLIENTES CLAVES		Presupuesto
		F	M	A	M	J	JL	A	S	O	N	D	E	F	Recursos		Limitaciones		
Presupuesto																			\$1.180
1	Definir el alcance del proyecto	■	■													Definiciones establecidas	Recursos humanos Recursos tecnológicos Recursos económicos Infraestructura privada	Veracidad de la información	\$100
2	Recolectar información sobre los emprendimientos			■	■	■										Carpeta digital de documentos con información recolectada		Limitado uso de la tecnología	\$50
3	Efectuar la visitas de campo					■	■	■								Informe de salida de campo		Presupuesto limitado	\$500
4	Trazar el mapa turístico								■	■						Bosquejo del mapa turístico		Delimitado conocimiento en programas informáticos	\$350
5	Edición final del mapa										■	■	■			Mapa turístico finalizado		Limitado presupuesto	\$100
6	Impresión del mapa													■		Mapa turístico impreso		Material de impresión no disponible	\$80
Fecha de Inicio		Miércoles 22 de Febrero del 2023																	
Fecha de terminación		Viernes 10 de Febrero del 2024																	
Unidad de medida:		número de seguidores por red social																	
b) Seguimiento y rehabilitación																			
Verificación parcial inicial		Lunes 20 de Febrero del 2023																	
Verificación parcial final		Jueves 08 de Febrero del 2024																	
4.-OBSERVACIONES																			

Tabla 47

Quinto proyecto

PROYECTO N°5																			
1.- INFORMACIÓN GENERAL																			
Perspectiva:		Cultural																	
Eje estratégico:		Gestión cultural																	
Proyecto:		Plan de salvaguardia para la ruta turística Tren del Hielo II																	
Responsable:		Entidades gubernamentales																	
2.-OBJETIVOS																			
Objetivo estratégicos:		Elaborar un plan de salvaguarda de la infraestructura del tren del Hielo II																	
Objetivo Operativo		Proteger el tren considerado Patrimonio Cultural de manera que se fortalezca el sentimiento de identidad de las comunidades portadoras, además de la prevención del riesgo que enfrenta esta manifestación del patrimonio Cultural a través de la implementación de medidas e instrumentos idóneos que permitan su continuidad.																	
3.- CURSOS DE ACCIÓN																			
a) Planificación del estudio																			
ACTIVIDAD	TIEMPO	2023												2024		INDICADOR DE ÉXITO	% DE CLIENTES CLAVES		Presupuesto
		F	M	A	M	J	JL	A	S	O	N	D	E	F	Recursos		Limitaciones		
Presupuesto																			\$3.050
1	Definir el alcance del proyecto	■															Definiciones establecidas	Alcance de la información	\$150
2	Establecer la coordinación de la comunidad y el gobierno local		■														Carta de aceptación de parte de la comunidad	Rechazo por parte de la comunidad a nuevos proyectos	\$50
3	Socializar la propuesta		■														Acta de reuniones con la comunidad	Inasistencia a reuniones	\$50
4	Conformar equipos de trabajo		■														Equipos de trabajo definidos	Personal poco capacitado	\$500
5	Recopilación de la información			■	■	■											Documentos recopilados	Limitado alcance de información	\$650
6	Análisis de fuentes documentales					■											Documento de análisis	Escaso conocimiento sobre las fuentes documentales	\$750
7	Recopilar la información en campo						■										Instrumentos de recopilación de datos	Limitados recursos económicos	\$150
8	Elaborar un registro de información						■	■	■								Bitácoras de información	Limitado alcance de información	\$150
9	Formulación del plan								■	■							Estructura del plan	Recursos no existentes en el entorno	\$150
10	Definición de programas, proyectos, estrategias									■	■						Programas, proyectos y estrategias definidos	Compromiso por parte de la comunidad	\$200
11	Ejecución y seguimiento del plan de salvaguardia											■	■	■			Documento final	Factibilidad del modelo	\$250
Fecha de Inicio		Viernes 24 de Febrero del 2023																	
Fecha de terminación		Viernes 10 de Febrero del 2024																	
Unidad de medida:		% de programas y estrategias cumplidas																	
b) Seguimiento y rehabilitación																			
Verificación parcial inicial		Jueves 23 de Febrero del 2023																	
Verificación parcial final		Jueves 08 de Febrero del 2024																	
4.-OBSERVACIONES																			

Conclusiones

La ruta turística Tren del Hielo II estaba constituida por varias paradas estratégicas ubicadas en ciertos cantones de Tungurahua como lo fueron Ambato, la Mocha, Cevallos; y en un cantón de Chimborazo definido como Guano, en donde se ubicaba la estación de Urbina, todos estos lugares poseen variada riqueza natural y cultural, lo que llamaba la atención del visitante al momento de invertir en un viaje ferroviario pues la experiencia de combinar el turismo paisajístico, cultural, patrimonial y de compras era provocativo y por ende la ruta turística Tren del Hielo II se convertía en una de las más consumidas.

Mediante el presente trabajo investigativo se concluye que, a partir del año 2020 tiempo en el cual dejó de funcionar los ferrocarriles del Ecuador, existió una decadencia en la economía en especial para los emprendimientos que funcionaban entorno a la Ruta Tren del Hielo II debido a que obligatoriamente tuvieron que cerrar sus establecimientos y algunos casos su cierre fue definitivo.

Por medio de la información recolectada se obtuvo que existían alrededor de 25 emprendimientos relacionados directamente con el recorrido en relación a la actualidad, que por ejemplo en la estación de Ambato desaparecieron en su totalidad, en la estación de Mocha el cierre de emprendimientos se dio de manera parcial de igual forma en Urbina y Cevallos, quedando así un total de 16 emprendimientos que aún coexisten dentro de las comunidades en donde se ubican sus respectivas paradas.

De acuerdo a los datos recolectados se pudo identificar que en cuanto a la percepción de los visitantes la Ruta Tren del Hielo II cumplía con los requisitos necesarios y con la planta turística requerida para satisfacer con la expectativa de viaje debido a que, en cada estación se contaba con servicios y bienes turísticos a disposición del turista que disfruta del circuito con una frecuencia de visita anual.

La Ruta Tren del Hielo II forma parte del Patrimonio Cultural del Ecuador, es decir es un ícono representativo del país debido a que no solo simbolizó la historia, sino que también representó economía para las familias que crearon sus emprendimientos entorno a la ruta turística que en su época atrajo a propios y extraños, resulta importante tomar en consideración que estos emprendimientos fueron y siguen siendo de gran ayuda para el desarrollo social y económico de la localidad, pues aprovecharon las oportunidades presentes en el mercado, con el objetivo de generar economía a través de las experiencias turísticas.

Si bien es cierto, los emprendimientos corren con amenazas y debilidades que les impide continuar con sus actividades, sumando a esto el descuido por parte de las autoridades o el escaso presupuesto económico, existen proyectos que se originan en sus fortalezas y oportunidades que pueden ser utilizados como estrategia para evitar que los negocios aún en funcionamiento con el tiempo desaparezcan.

Recomendaciones

En relación al escaso apoyo por parte del gobierno y de las entidades tanto públicas como privadas, se debe fomentar el respectivo soporte económico y tecnológico que estas instituciones estén dispuestas a ofrecer para posibilitar la gestión relacionada a la reapertura de la ruta turística Tren del Hielo II, pues su funcionamiento traería resultados positivos dentro de territorios que están vinculados de manera directa e indirecta con esta ruta, ya que el turismo es una de más principales actividades económicas que generan un impacto favorable a quienes hacen parte de ella.

Es recomendable que los proyectos planteados se realicen en los plazos y tiempos estipulados para de esta manera garantizar en el cumplimiento de cada una de las actividades y con ello evitar que los emprendimientos que funcionaban en torno a la Ruta Tren del Hielo II con el pasar del tiempo sigan desapareciendo.

Se recomienda que cada una de las estaciones por donde circulaba la Ruta del Hielo II puedan convertirse en sitios de interés cultural es decir que no solo sea un lugar de visita más bien permitan ser espacios de entretenimiento en donde la población pueda realizar actividades como por ejemplo los proyectos planteados en base a las ferias culturales o gastronómica que doten al turista de bienes y servicios turísticos que pueda ser consumidos en la localidad.

Con respecto a los emprendedores se puede recomendar que ellos deben ser los actores principales en la experiencia turística que se brinde al visitante, quien no solo asista a las estaciones a recordar lo que un día fue la ruta, por el contrario, a través de los negocios se pueda mantener el espíritu vivo del patrimonio cultural nacional por medio de la venta de souvenirs, sombreros, alimentos y bebidas que tengan relación con la ruta Tren del Hielo II.

Bibliografía

- Amate, I., & Guarnido, A. (2011). *Factores determinantes del desarrollo económico y social*.
Obtenido de <https://www.unicaja.es/resources/1319798719449.pdf>
- Arana, S. (2020). *El cierre del ferrocarril, bien patrimonial del Ecuador es anticonstitucional*.
Obtenido de <https://rebellion.org/el-cierre-del-ferrocarril-bien-patrimonial-del-ecuador-es-anticonstitucional/>
- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. Obtenido de <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>
- Arnal, J., Del Rincon, D., & Latorre, A. (1992). *Investigación educativa. Fundamentos y metodologías*. Obtenido de <https://www.icmujeres.gob.mx/wp-content/uploads/2020/05/InvestigacionEducativa.pdf>
- Bavaresco, A. (2013). *Proceso metodológico en la investigación (Cómo hacer un Diseño de investigación) Sexta Edición*. Obtenido de <https://gsosa61.files.wordpress.com/2015/11/proceso-metodologico-en-la-investigacion-bavaresco-reduc.pdf>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Blasco, J., & Pérez, J. (2007). *Metodologías de investigación en las ciencias de la actividad física y el deporte: ampliando horizontes*. Obtenido de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/12270/1/blasco.pdf>;
- Boullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. México: Editorial Trillas. Obtenido de <http://prepacihuahatlan.sems.udg.mx/sites/default/files/planificaciondelespacioturistico Robertoc.boullon.pdf>
- Brito, E. (Octubre de 2015). *La rehabilitación del ferrocarril en Ecuador como actor transformador del territorio*. Obtenido de

https://www.researchgate.net/publication/283491313_La_rehabilitacion_del_ferrocarril_en_Ecuador_como_actor_transformador_del_territorio

Buenaño, J. (2020). *Ánálisis Geohistórico del tren turístico: Ruta del Hielo*. Obtenido de

<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/7703/1/UNACH-EC-FCEHT-TG-C.SOCI-2021-000013.pdf>

Campos, G., & Lule, N. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad.

Xihmai.

Chan, N. (2011). *Circuitos Turísticos, Programación y Cotización*. Obtenido de

https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25470w/circuitos_turisticos.pdf

Chavez, J. (s.f.). *¿Qué es una Ruta turística? Elementos, beneficios y ejemplos*. Obtenido de

<https://www.ceupe.com/blog/ruta-turistica.html>

Culqui, D. C., & Leal, S. J. (2018). *ESTUDIO DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS*

COMUNITARIAS DE LA PARROQUIA BELISARIO QUEVEDO COMO APORTE PARA EL DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA. Obtenido de

<http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/14623/1/T-ESPEL-ITH-0085.pdf>

Dávila, G. (2006). *El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales*. Obtenido de

<https://www.redalyc.org/pdf/761/76109911.pdf>

De la Fuente, G. (2018). *Diseñar rutas turísticas sostenibles y socialmente responsables*.

Obtenido de <https://www.comunidadism.es/disenar-rutas-turisticas-sostenibles-y-socialmente-responsables/#>

Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., & Varela, M. (2013). *Metodología de investigación en*

educación médica. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/iem/v2n7/v2n7a9.pdf>

Durán, S., Gross, M., López, L., Montenegro, N., & Villagómez, D. (2009). *El ferrocarril: Proyecto*

de unidad nacional. Obtenido de <https://afese.com/img/revistas/revista53/ferrounidad.pdf>

- Empresa Ferrocarriles del Ecuador. (2019). Obtenido de <https://naturegalapagos.com/es/tren-ecuador/tren-del-hielo-ii-ecuador/>
- Espinosa, M. F. (05 de Junio de 2020). *Crónica y réquiem por el tren ecuatoriano*. Obtenido de <https://mariafernandaespinosa.com/cronica-y-requiem-por-el-tren-ecuadoriano/>
- Fernández, J. (2009). *Emprendedores turísticos locales y su intermediación en la esfera de las políticas públicas: el caso de Mallorca. Una aproximación desde la sociología histórica y política*. Obtenido de http://www.pasosonline.org/Publicados/7309/PS0309_3.pdf
- Ferrocarriles del Ecuador. (2017). *Historia Tren Ecuador*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=UmU68QKnybl>
- Fontano, F. (13 de Junio de 2019). *Emprendedores turísticos y pymes*. Obtenido de <https://www.viajerosenruta.com/emprendedores-turisticos-y-pymes/>
- Galarza, B. (2018). *Emprendimiento turístico a través de los encadenamientos productivos en la provincia de Pastaza*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27248/1/448%20o.e..pdf>
- Gambarota, D., & Lorda, M. (2017). *El turismo como estrategia de desarrollo local*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3477/347753793006.pdf>
- Gobierno Local Osa. (2016). *LA IMPORTANCIA DE UNA RUTA TURÍSTICA*. Obtenido de <https://www.gobiernolocalosa.go.cr/turismo/sobreRutaTuristica.php>
- Gómez, J., & Ramírez, M. (2021). *EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS, UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO EN COMUNIDADES CERCANAS A CENTROS INTEGRALMENTE PLANEADOS. CASO BAHÍAS DE HUATULCO, MÉXICO*. Obtenido de <https://revistacienciasociales.ucr.ac.cr/images/revistas/RCS171/11-GOMEZ171.pdf>
- Gómez, S., & Lucio, L. (2020). *UNA RUTA TURÍSTICA CAMINO AL DESARROLLO LOCAL DE LA PARROQUIA LA PILA. UNESUM-Ciencias: Revista Científica Multidisciplinaria*, 117-192.

- Guerrero, D. (2017). *ESTRATEGIAS DE BLENDED MARKETING PARA LOS EMPRENDIMIENTOS DE TURISMO COMUNITARIO EXISTENTES EN LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO*. Obtenido de <http://dspace.esoch.edu.ec/bitstream/123456789/7612/1/20T00928.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>
- Jáuregui, F., & Carmona, L. (2014). *101 consejos para emprender*. Obtenido de <https://n9.cl/2yzwh>
- Kerlinger, F., & Lee, H. (1986). *Investigación del comportamiento*. Obtenido de <https://padron.entretemas.com.ve/INICC2018-2/lecturas/u2/kerlinger-investigacion.pdf>
- López, S., Lavayén, M., Fernández, M., & Ramírez, M. (2019). *Factores que influyen en el proceso emprendedor local*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/339516140_Factores_que_influyen_en_el_proceso_emprendedor_local_Apreciaciones_de_emprendedores_turisticos_de_Esquel_Argentina
- Mendoza, M., & Loja, S. (2018). Emprendimientos sociales: turismo en la costa ecuatoriana. *Revista Academia & Negocios*.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2021). *Guía para el diseño de experiencias turísticas*. Obtenido de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2359232/Gu%C3%ADa%20para%20el%20dise%C3%B1o%20de%20experiencias%20tur%C3%ADsticas.pdf?v=1635961369>
- Ministerio de Transporte y Obras Públicas. (2022). *REACTIVACIÓN INTEGRAL DE FERROCARRILES DEL ECUADOR*. Obtenido de https://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/02/ISFE_MTOP_3.-Informe-tecnico-FEEP-febrero-2022.pdf

- Ministerio de Transporte y Obras Públicas. (2022). *REACTIVACIÓN INTEGRAL DE FERROCARRILES DEL ECUADOR*. 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. (2018). *Proyecto: Fomento al Emprendimiento Turístico y Mejoramiento de las Mipymes Turísticas de la TEA (Actividad emprendedora temprana)*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/FOMENTO-AL-EMPREDIMIENTO-TURSTICO-19102018.pdf>
- MINTUR. (2018). *GUÍA DEL EMPRENDEDOR*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/EmprendeTurismo/Guia-del-emprendedor-Turistico-FINAL.compressed.pdf>
- Molina, A. F. (2013). *LAS RUTAS TURÍSTICAS Y SU INCIDENCIA EN EL TURISMO DEL CANTÓN SIGCHOS DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6790/1/FCHE-TH-171.pdf>
- Montoya, P. (2020). *Familias y trabajadores protagonizaron plantón por el cierre del Ferrocarriles del Ecuador*. Obtenido de <https://www.diariolosandes.com.ec/familias-y-trabajadores-protagonizaron-planton-por-el-cierre-de-ferrocarriles-del-ecuador/>
- Neill, D., & Cortez, L. (2018). *Procesos y fundamentos de la investigación científica*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>
- Neto, E., & Ng, C. (2017). *Emprendimientos turísticos: Desde una perspectiva demográfica en la provincia de Tungurahua*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/26471/1/586%20MKT.pdf>
- Olmedo, S. (2021). *EVALUACIÓN DE LOS EMPRENDIMIENTOS DEL SECTOR TURISMO DEL BALNEARIO DE AGUA DULCE SANTA MARIANITA DEL CANTON SALITRE*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/57709/1/ICT-143-2021->

TI%20EVALUACI%c3%93N%20DE%20LOS%20EMPREDIMIENTOS%20DEL%20BAL
NEARIO%20SANTA%20MARIANITA%20%281%29.pdf

Orgaz, F., & Moral, S. (2016). *El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso*. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/eps/n31/1870-9036-eps-31-00008.pdf>

Ospina, D. (2018). *Construcción de comunidades colaborativas desde el diseño y el emprendimiento endógeno*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n84/0120-8160-ean-84-00063.pdf>

Palomino, B., Gasca, J., & López, G. (2016). *El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas*. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/eps/n30/1870-9036-eps-30-00006.pdf>

Pesántez, B., Erazo, J., Narváez, C., & Moreno, V. (2020). *Estrategias de emprendimiento para el turismo comunitario*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5768/576869215029/576869215029.pdf>

Polanco, D., Araujo, M., Portugal, C., Guamialamá, J., Valdes, M., & Salazar, D. (2020). *Análisis del emprendimiento turístico en Ecuador y su impacto en la sociedad. Caso de estudio: empresas familiares en la parroquia de Mindo*. Obtenido de <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/siembra/v7n1/2477-8850-siembra-07-01-0006.pdf>

Rivera, M. (2013). El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural. *Relaciones interculturales en la diversidad*, 199-2017.

Rodríguez, M. d. (2017). *DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA ENTRE EL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA Y LA COMUNIDAD DE SANTA ROSA DE RUNTUN, PROVINCIA DE TUNGURAHUA, ECUADOR*. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/7365/1/PIUAETH008-2017.pdf>

Sandoval, J. (2018). *Impacto Económico Generado en los emprendedores de la ruta turística "TRen del Hielo II"*. Obtenido de

<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28145/1/1803241361%20SANDOVAL%20DUQUE%20JENNY%20ALEXANDRA.pdf>

SENA. (2017). *Diseño de Rutas Turísticas*. Obtenido de

https://www.academia.edu/32072888/Dise%C3%B1o_de_Rutas_tur%C3%ADsticas

SERNATUR. (2017). MANUAL DE DISEÑO Experiencias Turísticas. En S. N. Turismo,

MANUAL DE DISEÑO Experiencias Turísticas (pág. 104). Chile: Verde Ltda.

Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR). (2017). *MANUAL DE DISEÑO Experiencias*

turísticas. Santiago de Chile: Verde Ltda. Obtenido de

<https://fhcevirtual.umsa.bo/btecavirtual/?q=Manualdedise%C3%B1o.Experienciastur%C3%ADsticas>

Tamayo, M. (2004). *El proceso de la Investigación Científica*. Obtenido de

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/227860/El_proceso__de_la_investigaci_n_cient_fica_Mario_Tamayo.pdf

Toapanta, E., González, E., Cueva, D., & González, D. (2022). Evaluación de habilidades emprendedoras y su aporte al desarrollo económico en la ciudad de Loja. *Polo del Conocimiento*, 981-1001.

Toctaguano, K. (2019). *Impacto económico del Tren crucero en las comunidades por las que transita caso: Nizag y Palacio Real*. Obtenido de

<https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/1711/2511>

Unidad de Evaluación de Programas de Buenos Aires (UdEP). (s.f.). *Selección de la estrategia óptima*. Obtenido de

<https://buenosaires.gob.ar/jefaturadegabiente/evaluaciondeprogramas/seleccion-de-la-estrategia-optima>

Valle, T., Silva, D., & Valencia, R. (21 de Diciembre de 2020). *Estimación de las contribuciones de los turistas para la sostenibilidad financiera en el Parque Nacional Cotopaxi del*

Ecuador. Obtenido de file:///C:/Users/User/Downloads/1016-

Texto%20del%20art%C3%ADculo-2446-1-10-20201223.pdf

Villacís, M. (2021). *Estudio de la incidencia del Transporte férreo en la ruta turística "Tren del*

Hielo II": post-Pandemia. Obtenido de

[https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32413/1/FUENTES%20MARIA%20%](https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32413/1/FUENTES%20MARIA%20%20TESIS%20FINAL.pdf)

[20TESIS%20FINAL.pdf](https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32413/1/FUENTES%20MARIA%20%20TESIS%20FINAL.pdf)

Xercavins, J., Cayuela, D., Cervantes, G., & Sabater, A. (2005). En Desarrollo Sostenible.

Barcelona: Ediciones.

Yamasqui, I. (2016). *MANUAL DE ASISTENCIA TÉCNICA DE PYMES TURÍSTICAS PARA*

ORIENTAR EL DESARROLLO LOCAL MEDIANTE ESTRATEGIAS DE

EMPRENDIMIENTO PARA LOS MIGRANTES RETORNADOS DEL CANTÓN

CHUNCHI. Obtenido de [http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/1663/1/UNACH-](http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/1663/1/UNACH-EC-GEST-TUR-2016-0016.pdf)

[EC-GEST-TUR-2016-0016.pdf](http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/1663/1/UNACH-EC-GEST-TUR-2016-0016.pdf)

Zúñiga, J. d. (2015). *DISEÑO DE UNA RUTA DE AGROTURISMO EN LAS ZONAS DE*

INTERVENCIÓN DEL MAGAP, CANTONES COLTA, RIOBAMBA Y PENIPE DE LA

PROVINCIA DE CHIMBORAZO. Obtenido de

<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/4702/1/23T0501.pdf>

Anexos