



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE
TURISMO Y HOTELERÍA**

TEMA:

“ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES PARA CONTRIBUIR A LA
REACTIVACIÓN DEL FERROCARRIL COMO APORTE AL DESARROLLO
TURÍSTICO EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA CHIMBORAZO,
AÑO 2022”

AUTORAS:

CARVAJAL VACA ANABELWENDY
FAJARDO HURTADO MAYRA ALEXANDRA

DIRECTOR(A):
LIC. JUAN PABLO TORRES CADENA

PAR ACADÉMICO:
ING. SILVANA DEL SALTO

GUARANDA – ECUADOR

2022

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“Estrategias comunicacionales para contribuir a la reactivación del ferrocarril como aporte al desarrollo turístico en el cantón Riobamba, provincia Chimborazo, año 2022”

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por ser el motor principal en mi vida, por llenarme de bendiciones en el transcurso de mi carrera, por haberme cuidado y guiado para tomar buenas decisiones, por ser mi guía y mi fortaleza.

Seguido quiero agradecer a la prestigiosa Universidad Estatal de Bolívar y la carrera de Turismo y Hotelería que me acogió, y me ha forjado a nivel intelectual y humanístico, ya que de esta manera me pude forjar como persona porque me llené de muchos conocimientos he hice amigos incondicionales con los cuales nos apoyamos mutuamente.

A mi mentor y tutor de tesis Lic. Juan Pablo Torres por ser una persona intachable a quien yo he admirado desde los inicios de mi vida estudiantil por lo que sus palabras de aliento hicieron que yo ame cada día más mi carrera y me sienta segura de terminarla, le agradezco por la dedicación y apoyo que me ha brindado en este trabajo de titulación, por el respeto a mis sugerencias e ideas y por su excelente dirección, me impartió varios de sus conocimientos que los he ido poniendo práctica, y de esta manera me oriento en cada una de las etapas de este proyecto de tesis ,para alcanzar los resultados que buscaba.

También quiero agradecer a la Lic. Silvana del Salto, por ser un apoyo incondicional y haberme ayudado con sus valiosos conocimientos, así también haberme asesorado para poder realizar mi trabajo, por la confianza puesta en mí y por haber sido una persona recta, que, hacia las clases divertidas con las dramatizaciones en las diferentes áreas impartidas, aprendimos mucho ya que no solo eran clases teóricas, sino que siempre trataba de que todo fuera más dinámico. Y por último quiero agradecer también a mi compañera de tesis, Mayra Fajardo porque ella fue mi compañía una amiga incondicional con la cual pasamos momentos duros en la investigación, pero lo hicimos y siempre nos dábamos fuerzas y aliento.

Anabel Carvajal

DEDICATORIA

Esta tesis Universitaria se la dedico a mi madre Morayma Vaca, que me ha apoyado en todo momento, y siempre me ha dado la bendición así este tan lejos de mí, que sus palabras de aliento me hicieron creer y estar segura de mí misma, sin ella sé que no lo hubiera podido hacer porque me apoyo de muchas maneras y sé que se sientes orgullosa de mi porque siempre me lo has dicho madre mía, sé que este fue tu sueño y lo estoy logrando, ha sido un camino muy duro pero me llevo las mejores experiencias académicas me siento satisfecha por todos los logros académicos que logre en el transcurso de mi Carrera y que he compartido contigo.

A mi hija Sabrina Calero porque sé que ella tuvo que permanecer sin mí, durante este tiempo de carrera pero que todo esto va a tener su recompensa sé que fue duro para ti mi niña por haberme ausentado en fechas y momentos importantes de tu vida, pero todo esto lo hice por ti, porque con ejemplo sé que tu hija mía vas a llegar mucho más alto que tu madre que te ama con todo el corazón

A mi esposo Marlon Calero por la perseverancia, el apoyo incondicional por siempre hacerme sentir que yo puedo y lo orgulloso que te sientes de mí, ya que tú me apoyaste en todos los ciclos académicos, por haberte tomado el tiempo de prepararme, explicarme y conversar conmigo acerca de mis temas académicos contigo aprendí mucho, me apoyaste cuando más lo necesité, te amo mucho amor.

Y a mi hermana Leykin Carvajal que un qué pasaba ocupada y estemos en una zona horaria diferente, siempre me ayudabas en cualquier dificultad que tenía, eras mi consejera, así seas menor que yo, y me siento muy orgullosa de ti porque me has demostrado que eres muy inteligente y te has superado académicamente.

Anabel Carvajal

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por brindarme una oportunidad de cumplir una meta, por ser mi guía incondicional y guiarme siempre por el buen camino a no rendirme jamás ya luchar por mis sueños. A mis padres por ser el pilar fundamental, ejemplo y motivación de no rendirme nunca a pesar de las adversidades. Quienes nunca dejaron de confiar en mí y siempre estuvieron a mi lado.

Mis agradecimientos a nuestra querida Universidad Estatal de Bolívar en especial a la carrera de Turismo y Hotelería, por ser el lugar de aprendizaje, por formarnos no solo como profesionales sino también como unas mejores personas. A todos mis docentes gracias por brindarnos sus conocimientos e hicieron que pueda superarme día a día como profesional.

Quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento a mi Tutor de tesis Lic. Juan Pablo Torres por ser una persona íntegra y responsable en el transcurso del trabajo de investigación quien, con su enseñanza, trayectoria, conocimiento permitió la culminación exitosa de la tesis. Agradezco por haberme brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento científico, así como también haberme tenido la paciencia del mundo para guiarme durante todo el desarrollo de la tesis. Agradezco a la Lcda. Silvana del Salto, por su orientación en cada una de las etapas del proyecto, por brindarme sus conocimientos y ponerlo en práctica. Su apoyo y paciencia que ha tenido en todo el proceso de titulación. Todas sus ayudas fueron fundamentales para la culminación de la tesis. Para concluir quiero agradecer también a mi compañera de tesis, Anabel Carvajal puesto que, fue un apoyo importante para la culminación de este proyecto. Le agradezco por esas palabras de motivación.

Mayra Fajardo

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación lo dedico en primer lugar a Dios, por ser el guía durante toda esta fase académica, ser mi inspiración y darme toda la fuerza necesaria para superar cada reto que se me ha presentado y así cumplir con uno de mis objetivos más deseados en mi vida. Gracias Dios por permitirme sonreír ante todos mis logros que son resultado de tu ayuda.

A mis amados padres Blanca y Segundo quienes han sido pilares fundamentales en mi vida, por haber confiado nuevamente en mí y brindarme una nueva oportunidad para cumplir mi objetivo de ser una profesional, así también por todos sus esfuerzos realizado por mi bienestar. Durante todo este trayecto de mi vida me han brindado ese apoyo incondicional, gracias por esos consejos y ser la fortaleza para salir siempre adelante. Inmensamente agradecida con ustedes por esos buenos valores que me han inculcado para ser quien soy el día de hoy. Gracias por esas palabras de aliento que no me dejaban decaer y así siguiera adelante cumpliendo con cada uno de mis ideales. No ha sido sencillo el camino hasta ahora, pero gracias a sus aportes, a su amor, a su inmensa bondad, lo complicado de lograr esta meta se ha vuelto fácil, les agradezco querida familia.

A mis hermanas Lady y Kelly y a mi hermano Aldo, por ser mi apoyo incondicional en los momentos más difíciles, motivándome día a día a superarme, a decir si puedo ante toda dificultad. Cuando sentía que ya no podía me alentaban en todo este proceso brindándome consejos para hacer de mí una mejor persona.

Mayra Fajardo

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Ing. Juan Pablo Torres y Leda Silvana del Salto, en su orden Director y Par Académico del Trabajo de Titulación "Estrategias comunicacionales para contribuir a la reactivación del ferrocarril como aporte al desarrollo turístico en el cantón Riobamba, provincia Chimborazo, año 2022" desarrollado por Carvajal Vaca Wendy Anabel y Fajardo Hurtado Mayra Alexandra

CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la carrera de Turismo y Hotelería, por lo tanto, autorizamos su presentación y defensa.

Guaranda, 03 de octubre del 2022



Lic. Juan Pablo Torres Cordero
Director



Leda Silvana del Salto
Par Académico

DERECHOS DE AUTORÍA NOTARIZADA

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

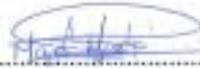
Yo, Wendy Anabel Carvajal Vaca con CL 060518744-2 y Mayra Alexandra Fajardo Hurtado con C.I. 020247546-3 en calidad de autoras del trabajo de investigación con el tema "ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES PARA CONTRIBUIR A LA REACTIVACIÓN DEL FERROCARRIL COMO APORTE AL DESARROLLO TURÍSTICO EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA CHIMBORAZO, AÑO 2022", autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar hacer uso del contenido de este trabajo con fines estratégicamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autoras nos corresponde con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a nuestro favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 y demás pertenecientes a la Ley de Propiedad Intelectual.

Así mismo, autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en su Biblioteca Virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Guaranda, 07 de octubre del 2022

Atentamente

 -----	 -----
Carvajal Vaca Wendy Anabel C.I. 060518744-2 e-mail: wcarvajal@mailes.ueb.edu.ec	Fajardo Hurtado Mayra Alexandra C.I. 020247546-3 e-mail: mfajardo@mailes.ueb.edu.ec



NOTARIA PÚBLICA PRIMERA
DEL CANTÓN GUARANDA

LIBRERÍA DEL SOLADOR

Dr. Guido Fabián Fierro Barragán



ESCRITURA PÚBLICA
DECLARACION JURADA
WENDY ANABEL CARVAJAL VACA Y MAYRA ALEXANDRA FAJARDO HURTADO

En la ciudad de Guaranda, Capital de la Provincia de Bolívar, República del Ecuador, hoy día, VIERNES, SIETE DE OCTUBRE DEL DOS MIL VEINTE Y DOS, ante mí Doctor GUIDO FABIAN FIERRO BARRAGAN, NOTARIO PÚBLICO PRIMERO DEL CANTÓN GUARANDA, comparecen: las señoras WENDY ANABEL CARVAJAL VACA Y MAYRA ALEXANDRA FAJARDO HURTADO, de estado civiles casada y soltera, en su orden, por sus propios derechos. Las comparecientes son de nacionalidad ecuatoriana, mayores de edad, capaces de contraer obligaciones, domiciliadas en esta ciudad y Cantón, con números de teléfonos celulares (0980672189) y (0997921160) a quienes de conocer doy fe en virtud de haberme exhibido sus cédulas de ciudadanía y papeletas de votación cuyas copias adjunto a esta escritura.- Advertidas por mí el Notario de los efectos y resultados de esta escritura, así como examinadas de que comparecen al otorgamiento de la misma sin coacción, amenazas, temor reverencial, ni promesa o seducción, juramentadas en debida forma, prevenidas de la gravedad del juramento, de las penas de perjurio y de la obligación que tienen de decir la verdad con claridad y exactitud, bajo juramento declaran lo siguiente: "Previo a la obtención del título de Ingenieras en Administración de Empresas de Turismo y Hotelería, de la Facultad de Ciencias Administrativas Gestión Empresarial e Informática de la Universidad Estatal de Bolívar, manifestamos que los criterios e ideas emitidas en el presente trabajo de investigación titulado "ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES PARA CONTRIBUIR A LA REACTIVACIÓN DEL FERROCARRIL COMO APORTE AL DESARROLLO TURÍSTICO EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA CHIMBORAZO, AÑO 2022", es de nuestra exclusiva responsabilidad en calidad de autoras". Para el otorgamiento de esta escritura pública se observaron todos los preceptos legales del caso. Leída que les fue a los comparecientes íntegramente por mí el Notario, se ratifican en todo su contenido y para constancia firman conmigo en unidad de acto, e incorporo esta escritura pública al protocolo de instrumentos públicos, a mi cargo. De todo lo cual doy fe.-

WENDY ANABEL CARVAJAL VACA
C.C. 060518744-2

MAYRA ALEXANDRA FAJARDO HURTADO
C.C. 020247540-3



Doctor Guido Fabián Fierro Barragán
NOTARIO PÚBLICO PRIMERO DEL CANTÓN GUARANDA
Resp. G.C.



Dir. 16 de Agosto s/n y Eloy Alfaro
Teléf. Of.2-985-202.Cel.8985100358
GUARANDA-PROVINCIA-BOLÍVAR
ECUADOR

CERTIFICACIÓN DEL URKUND

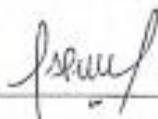
**LIC. JUAN PABLO TORRES CADENA EN CALIDAD DE DIRECTOR
DEL TRABAJO DE TITULACIÓN,**

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación denominado "Estrategias comunicacionales para contribuir a la reactivación del ferrocarril como aporte al desarrollo turístico en el cantón Riobamba, provincia Chimborazo, año 2022", presentado por Fajardo Hurtado Mayra Alexandra y Carvajal Vaca Wendy Anabel de la carrera de Turismo y Hotelería pasó el análisis de coincidencia no accidental en la herramienta URKUND, reflejando un porcentaje de similitud del 5%, como se puede evidenciar en la imagen adjunta.

Guaranda, 03 de octubre del 2022

Atentamente,



Lic. Juan Pablo Torres Cadena
Director

ÍNDICE DE CONTENIDOS

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	2
AGRADECIMIENTO	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
DEDICATORIA	6
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO	7
DERECHOS DE AUTORÍA NOTARIZADA	8
ÍNDICE DE TABLAS	14
ÍNDICE DE FIGURAS	15
ÍNDICE DE IMÁGENES	16
INTRODUCCIÓN	17
RESUMEN	20
ABSTRACT	21
CAPÍTULO I.....	22
FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO.....	22
1.1. Descripción del problema.....	22
1.2. Formulación del problema	23
1.3. Preguntas de investigación	23
1.4. Justificación.....	24
1.5. Objetivos	25
1.6. Idea a defender.....	25
CAPÍTULO II.....	26
1. MARCO TEÓRICO.....	26
1.1. Antecedentes.....	26
1.2. Marco científico.....	29
1.3. Marco conceptual.....	34
1.3.1. Transporte ferroviario	34
1.3.2. Tren	34
1.3.3. Turismo	35
1.3.4. Estrategia de Comunicación.....	35
1.3.5. Reactivación económica	35
1.3.6. Desarrollo Local	35

1.3.7.	Creación de fuentes de trabajo	36
1.3.8.	Desarrollo Sostenible	36
1.3.9.	Desarrollo Turístico	36
1.4.	Marco legal.....	36
1.5.	Marco Georreferencial	43
-	Ubicación	43
-	Superficie	43
-	Límites	43
-	Clima.....	43
-	Hidrografía	43
CAPÍTULO III		45
2.	METODOLOGÍA.....	45
2.1.	Tipo de Investigación.....	45
2.1.1.	Investigación exploratoria	45
2.1.2.	Investigación descriptiva.....	45
2.1.3.	Investigación de Campo.....	46
2.2.	Enfoque de la investigación	46
2.3.	Métodos de Investigación.....	47
2.3.2.	Método Deductivo	47
2.3.3.	Método Inductivo	47
2.3.4.	Método bibliográfico	47
2.3.5.	Método Analítico	48
2.4.	Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos	48
2.4.2.	Técnicas	48
2.4.3.	Instrumentos.....	50
2.5.	Universo, Población y Muestra	51
2.6.	Procesamiento de la Información	52
CAPÍTULO IV.		54
3.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	54
3.1.	Resultado del Objetivo 1	54
3.2.	Resultado del Objetivo 2.....	57
	Análisis FODA	57
	Matriz EFI	58

Matriz EFE	60
3.3. Resultado del Objetivo 3.....	64
CAPÍTULO V.....	80
4. PROPUESTA	80
Establecer estrategias comunicacionales viables para la reactivación del ferrocarril .	80
4.1. INTRODUCCIÓN.....	80
4.2. DESARROLLO.....	81
Estrategias de posicionamiento	81
Estrategias de participación.....	86
Estrategia de ventaja competitiva	87
CONCLUSIONES	91
RECOMENDACIONES	93
ANEXOS.....	98
Anexo 1. Cronograma (Gantt)	98
Anexo 2. Presupuesto ejecutado	100
Anexo 3. Resultados de entrevista a funcionarios	101
Anexo 4. Instrumentos de recopilación de datos	107
Anexo 5. Fotos de las reuniones virtuales con el director y par académico	112
Anexo 6. Carta de aceptación de la organización donde se aplicará el trabajo de titulación.	116
Anexo 7. Solicitud dirigida a la Dirección de Gestión de Turismo.	117

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Análisis FODA.....	57
Tabla 2	Matriz EFI.....	59
Tabla 3	Matriz EFE.....	60
Tabla 4	Matriz FODA.....	61
Tabla 5	Sexo de los encuestados	64
Tabla 6	Edad de los encuestados	65
Tabla 7	Ciudad de los encuestados	66
Tabla 8	Ha visitado el ferrocarril.....	67
Tabla 9	Sabía que el ferrocarril en Riobamba se encuentra inhabilitado.....	68
Tabla 10	Está de acuerdo en que se reactive el sistema ferroviario del cantón Riobamba	69
Tabla 11	En el caso de haber visitado el ferrocarril en Riobamba, cómo fue su experiencia	70
Tabla 12	Le gustaría visitar este producto turístico (El ferrocarril)?.....	71
Tabla 13	Le gustaría visitar este producto turístico (El ferrocarril)?.....	72
Tabla 14	Con qué frecuencia estaría dispuesto a visitar el ferrocarril	73
Tabla 15	Uso de redes sociales para elegir un servicio.....	74
Tabla 16	Recibir noticias, promociones y publicidad acerca del Ferrocarril	75
Tabla 17	Cree que la reactivación del ferrocarril ayudará a mejorar el nivel socioeconómico del cantón Riobamba.....	76
Tabla 18	Qué servicios de las que se menciona a continuación considera que puedan ser importantes para la reactivación del ferrocarril.....	77
Tabla 19	Precio que estaría usted dispuesto a pagar por un tour en tren desde Riobamba a Huigra.....	78
Tabla 20	Qué factores tomaría en cuenta usted para realizar el tour en el Ferrocarril ..	79
Tabla 22	Cronograma de ferias propuestas para promocionar la reactivación del ferrocarril.....	87
Tabla 22	Cronograma de estrategias.....	89

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Estación del ferrocarril, cantón Riobamba.	44
Figura 2 Sexo de los encuestados	64
Figura 3 Edad de los encuestados	65
Figura 4 Ciudad de los encuestados.....	66
Figura 5 Ha visitado el ferrocarril.....	67
Figura 6 Sabía que el ferrocarril en Riobamba se encuentra inhabilitado	68
Figura 7 Está de acuerdo en que se reactive el sistema ferroviario del cantón Riobamba	69
Figura 8 En el caso de haber visitado el ferrocarril en Riobamba, cómo fue su experiencia	70
Figura 9 Le gustaría visitar este producto turístico (El ferrocarril)?	71
Figura 10 Le gustaría visitar este producto turístico (El ferrocarril)?	72
Figura 11 Con qué frecuencia estaría dispuesto a visitar el ferrocarril.....	73
Figura 12 Uso de redes sociales para elegir un servicio	74
Figura 13 Recibir noticias, promociones y publicidad acerca del Ferrocarril.....	75
Figura 14 Cree que la reactivación del ferrocarril ayudará a mejorar el nivel socioeconómico del cantón Riobamba.....	76
Figura 15 Qué servicios de las que se menciona a continuación considera que puedan ser importantes para la reactivación del ferrocarril.....	77
Figura 16 Precio que estaría usted dispuesto a pagar por un tour en tren desde Riobamba a Huigra	78
Figura 17 Qué factores tomaría en cuenta usted para realizar el tour en el Ferrocarril .	79
Figura 18 Modelo de vallas publicitarias	82

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Ubicación Estación del ferrocarril, cantón Riobamba.	41
Imagen 2. Página web desarrollada para el ferrocarril.....	82
Imagen 3. Aprobación del tema del anteproyecto y explicación de los siguientes temas: Descripción del Problema, Formulación del Problema, Preguntas de Investigación, Justificación, Objetivos: General y Específicos e Idea a Defender	108
Imagen 4. Revisión de Anteproyecto, indicaciones para filtrar artículos científicos en Inglés. explicación sobre las Normas APPA séptima edición y explicación sobre el gestor Mendeley para citar en anteproyecto	109
Imagen 5. Revisión de las correcciones mencionadas anteriormente, sublineas, descripción del problema, justificación, formulación del problema, idea a defender y técnicas e Instrumentos	110
Imagen 6. Revisión de las preguntas para aplicar las encuestas y la entrevistas.....	110
Imagen 7. Revisión de las preguntas finalizadas para la encuesta y entrevista.....	111
Imagen 8. Entrevista al Ing. Renato Dillon director de la Gestión turística de Riobamba.	111
Imagen 9. Entrevista a la Ing. Ely Samaniego Técnica de Turismo	111

INTRODUCCIÓN

La paralización del ferrocarril trajo consigo una ralentización de la economía de la ciudad y la provincia, debido a la disminución de turistas que disfrutaban de este atractivo. En este sentido el servicio de ferrocarril cuando se encontraba activo contaba con rutas como: Sibambe - Alausí (Nariz del Diablo), Alausí - Sibambe, Urbina - Huigra, Riobamba- Colta y Quito - Durán, brindaban la posibilidad al turista de escoger la opción que más se adapte a sus necesidades cabe recalcar, que en esos momentos los funcionarios y pobladores que se beneficiaban del ferrocarril, palparon el crecimiento de su economía, así como el desarrollo de sus localidades con el ingreso de divisas tanto nacionales como extranjeras.

Sin embargo, debido a múltiples inconvenientes y problemas dentro de los servicios ferroviarios este atractivo turístico ícono de la ciudad de Riobamba dejó de funcionar, ocasionando el desempleo a un sinnúmero de familias y comunidades que se beneficiaban del mismo cuando se encontraba en funcionamiento. De la misma forma la economía de la ciudad se vio afectada por la pérdida del Ferrocarril. En este sentido se pretende entender a profundidad cuáles fueron los factores de distinta índole que causaron el cese de las operaciones del sistema ferroviario.

El tema denominado “Estrategias comunicacionales para contribuir a la reactivación del ferrocarril como aporte al desarrollo turístico en el cantón Riobamba, provincia Chimborazo, año 2022”. Tiene la finalidad de aportar conocimientos claves sobre la situación actual del sistema ferroviario y los factores que provocaron su cierre; además, por medio del análisis se logre desarrollar una propuesta de investigación acorde a las condiciones propias del problema que permitan una solución viable dentro de su contexto por medio de estrategias comunicacionales que logren los objetivos planteados.

Bajo el mismo panorama, se desarrolló una metodología acorde al contexto del problema de estudio en la cual, se considera investigación exploratoria puesto que, a través de la observación directa y la interacción con el entorno se conoce y analiza la situación actual en cuanto a la reactivación del ferrocarril. Por otro lado, la investigación descriptiva ha permitido describir las características más relevantes del transporte ferroviario como aporte al desarrollo turístico, así mismo permite obtener información detallada acerca de los puntos de vista de las autoridades y de los pobladores. Cabe recalcar, que la presente investigación tiene un enfoque mixto, es decir cualitativo y cuantitativo ya que, se usará técnicas de entrevista y encuesta, mismas que tienen diferentes enfoques y tratamientos

de datos. También, los métodos utilizados fueron el método deductivo, inductivo, analítico, bibliográfico, y los instrumentos para la recolección de datos fueron de fuentes primarias en la cual, se aplicó la entrevista a las autoridades relacionados al tema de estudio y la encuesta a los turistas nacionales y extranjeros; en referencia a la información secundaria se ha obtenido de reglamentos, estatutos y demás documentos que aporten a la investigación así poder obtener ideas concretas y claras y con ello plantear un análisis al tema de estudio.

En este sentido la investigación se compuso de los siguientes capítulos:

CAPÍTULO I: Se brinda una descripción del problema de investigación, la formulación del problema, se desarrollan las preguntas de investigación que guiarán la misma, así como la justificación que permitió sustentar el porqué de la realización del proyecto y finalmente se describen los objetivos e ideas a defender, proporcionando las directrices necesarias para el desarrollo del proyecto.

CAPÍTULO II: Se relaciona al marco teórico donde, se aborda información científica relevante para el proyecto de investigación así mismo, este capítulo contiene los antecedentes de investigación, es decir otras investigaciones que hayan tratado temas similares, de forma seguida está el marco científico en la cual, se fundamentan las variables de investigación con información científica. Dentro del marco legal contiene leyes y estatutos que rigen el país en torno al tema de investigación y finalmente el marco georreferencial para conocer de manera geoespacial en donde se desarrollará el proyecto.

CAPÍTULO III: Hace referencia a la metodología desarrollada, donde se opta por el método que más relación tenga con el proyecto y así resolver el problema de investigación. No obstante, se describe las técnicas de recolección de datos, proporcionando una interpretación de los mismos y planteando conclusiones pertinentes al tema. También, se establece el universo y muestra para verificar el número de cuántas personas se va a encuestar y determinar cómo se realizará el análisis de los datos obtenidos.

CAPÍTULO IV: Se describen los datos obtenidos de la investigación, y con ello la interpretación de los resultados, mismos que han permitido entender y analizar las causas del cierre del ferrocarril así mismo, la afectación directa e indirecta a las familias y comunidades que se beneficiaban de sus rutas. De la misma forma permitió conocer las

condiciones actuales del ferrocarril sobre sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Asimismo, dentro del presente capítulo se analiza la demanda por parte de los usuarios sobre el servicio de ferrocarril y las condiciones que el mismo debería tener para satisfacer sus necesidades.

CAPÍTULO V: Se establece un sinnúmero de estrategias comunicacionales acorde al contexto y problema de investigación, mismas que parten del análisis de los resultados obtenidos en el capítulo anterior con la finalidad de dar solución a los problemas identificados. Como punto final se establecen las conclusiones y recomendaciones parte de la investigación.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como propósito diseñar estrategias comunicacionales para contribuir a la reactivación del ferrocarril como aporte al desarrollo turístico en el cantón Riobamba. Por lo tanto, para el desarrollo de la investigación se aplicó la metodología con enfoque mixto, es decir cualitativo y cuantitativo con la finalidad de obtener información verídica y exacta del tema de estudio. También, se aplicó la investigación exploratoria, descriptiva y de campo de forma integrada con los métodos deductivo, inductivo, analítico y bibliográfico con el fin de describir cada una de las causas del problema del objeto de estudio. Para el levantamiento de información se aplicó las técnicas de entrevista a las autoridades que estén involucradas al tema del Ferrocarril del cantón Riobamba puesto que, son los actores claves para el desarrollo del tema planteado. De la misma forma se llevó a cabo encuestas a los turistas nacionales y extranjeros para tener diferentes opiniones respecto al tema que se está estudiando. Cabe recalcar, que también se utilizó instrumentos como información secundaria, cuestionario y el guion de entrevista lo que facilitó obtener mayor información detallada y concreta.

Las respuestas de los turistas nacionales y extranjeros manifestaron que están totalmente de acuerdo en la reactivación del ferrocarril puesto que, ayuda a la economía, al turismo de las comunidades y del cantón Riobamba. Se concluye que el diseño de estrategias comunicacionales contribuiría a la reactivación del ferrocarril ya que, ayudará a comercializar más este producto turístico a tener mayor difusión en los medios de comunicación y por ende el ferrocarril sea conocido a nivel nacional e internacional. Con la propuesta planteada también se conseguirá mayor demanda turística para el ferrocarril y así contribuir a la economía del cantón, generando mayores márgenes de ingresos para hoteles, restaurantes, agencias de viajes y emprendedores.

Palabras Clave: estrategias comunicacionales, reactivación, ferrocarril, economía, turismo, demanda turística.

ABSTRACT

The purpose of this research work was to design communication strategies to contribute to the reactivation of the railway as a contribution to tourism development in the Riobamba canton. Therefore, for the development of the research, the methodology with a mixed approach was applied, that is, qualitative and quantitative, in order to obtain true and exact information on the subject of study. Also, exploratory, descriptive and field research was applied in an integrated manner with deductive, inductive, analytical and bibliographic methods in order to describe each of the causes of the problem of the object of study. For the collection of information, interview techniques were applied to the authorities that are involved in the issue of the Riobamba Canton Railway, since they are the key actors for the development of the issue raised. In the same way, surveys were carried out on national and foreign tourists to have different opinions regarding the subject being studied. It should be noted that instruments such as secondary information, questionnaire and interview script were also used, which facilitated obtaining more detailed and concrete information.

The responses of national and foreign tourists stated that they fully agree with the reactivation of the railway since it helps the economy, the tourism of the communities and the Riobamba canton. It is concluded that the design of communication strategies would contribute to the reactivation of the railway since it will help to market this tourist product more to have greater diffusion in the media and therefore the railway is known nationally and internationally. With the proposed proposal, a greater tourist demand for the railway will also be achieved and thus contribute to the economy of the canton, generating higher income margins for hotels, restaurants, travel agencies and entrepreneurs.

Keywords: communication strategies, reactivation, railway, economy, tourism, tourist demand.

CAPÍTULO I

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1. Descripción del problema

Los ferrocarriles se desarrollaron a partir del primer tren a vapor que transitó en las ciudades británicas en 1825 en donde, se utilizó precisamente para el transporte de carbón. Por lo tanto, el primer tren para el transporte de mercancías y personas, circuló en Inglaterra en el año 1830 (Loyo-Pasquel & Ponce-Ortiz, 2019). No obstante, la aparición de ferrocarril se introduce en la revolución industrial, originada en Gran Bretaña lo cual, revolucionó en el transporte de personas, mercancías y también en la comunicación de territorios alejados. Sin embargo, el mayor problema que tuvo el ferrocarril fueron los altos costos de establecimiento, la falta de mantenimiento de la red, lo que ocasionó que la mayor parte no fueran rentables. El sistema ferroviario entró en declive del que nunca más se recuperó, dejando a muchas personas sin empleo, un bajo déficit en la economía. En el turismo, las diversas líneas de ferrocarriles fueron utilizadas para el transporte de turistas. De hecho, el ferrocarril tiene un papel importante en el desarrollo del turismo de masas puesto que, permitió a las personas viajar con un medio de transporte barato. Además, en Europa y Estados Unidos los ferrocarriles eran utilizados para acudir a museos y visitar los monumentos por razones de recreación (Santamaría García, 2019).

En Ecuador, la empresa Ferrocarriles ha puesto en ejecución un plan de recuperación del Sistema Ferroviario en donde, se expone la renovación de la infraestructura, sus vías y estaciones para así operar con eficiencia el sistema ferroviario turístico lo cual es, patrimonio histórico y por ende contribuir al desarrollo socioeconómico del país, mediante el reforzamiento de las actividades productivas, que fomenten el turismo con responsabilidad social.

El ferrocarril del Ecuador desde sus inicios tuvo problemas en su construcción, pero desde que se lo logró arreglar sus instalaciones ha sido un medio muy necesario desde el siglo XIX, debido que las personas han podido transportar sus productos desde la sierra a la costa y viceversa. Por lo tanto, con esta actividad se incrementó el trabajo y se desarrollaron varias ciudades del Ecuador entre ellas Riobamba que está ubicada estratégicamente en el centro del país.

Desde un principio, en el ferrocarril se transportaba combustible entre regiones, lo que ayudaba a las empresas de combustibles a tener una buena movilidad en todo el país. No obstante, con el paso de los años y al darse cuenta que la costa y sierra ecuatoriana tiene una variedad de recursos naturales se lo empieza a visualizar como una fuente de ingresos económicos mediante el turismo. En el siglo XX aparece esta actividad de una manera más formal pues se empieza a aprovechar los atractivos turísticos en todo el territorio ecuatoriano, así como el oriente y la costa tienen sus recursos turísticos, la sierra también empieza a disfrutar de su biodiversidad natural. Es ahí donde el ferrocarril empieza a tomar un papel muy importante en el desarrollo turístico de la provincia de Chimborazo y de la ciudad de Riobamba, pues existe un tramo en la construcción que se denomina la Nariz del Diablo y este tipo de arquitectura es único en el mundo.

Al pasar los años y por falta de un correcto mantenimiento a las vías del tren y algunos problemas en la empresa del ferrocarril ha existido un déficit significativo del turismo en la ciudad de Riobamba. Por lo tanto, el descuido de las vías de este patrimonio llevó a que de una u otra manera se cierre, lo que ha influenciado que las personas nacionales y extranjeras ya no lleguen a utilizar este transporte puesto que, anteriormente se utilizaba de manera constante.

1.2. Formulación del problema

¿Qué estrategias comunicacionales pueden ser efectivas para contribuir a la reactivación del ferrocarril en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo en el año 2022?

1.3. Preguntas de investigación

¿Cuáles son las causas por las que se paralizó el sistema ferroviario en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo?

¿Cuál es la situación actual del ferrocarril de la ciudad de Riobamba?

¿Cuál sería la demanda turística para el ferrocarril del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo?

¿Cuáles serían las estrategias comunicacionales viables para la reactivación del ferrocarril?

1.4. Justificación

El turismo se conforma como uno de los principales sectores económicos a nivel internacional, adquiriendo importancia en los países en vías de desarrollo. En Ecuador el turismo aporta al sector económico, social y cultural puesto que, influye en el estilo de vida del visitante, como en la empresa que presta el servicio turístico. A la vez mejora la calidad de vida de las comunidades beneficiadas y proporciona un mejor manejo de los atractivos turísticos. Por lo tanto, debido a la pandemia del COVID-19, en Ecuador el sector turístico ha decaído drásticamente por lo que, muchas de las empresas turísticas y emprendimientos tuvieron que quedar en pausa, sin embargo, muchos de los países han desarrollado estrategias comunicacionales para la reactivación del turismo, bajo las nuevas exigencias del turista frente a la pandemia.

Es por tal razón, que a través de las estrategias comunicacionales es posible que la reactivación del ferrocarril beneficie al cantón de Riobamba, fortaleciendo el sector turístico y generando ingresos económicos a las comunidades. Por otro lado, las estrategias que se emprenderán en pro de fomentar un turismo diversificado incrementarán e integrarán la oferta turística. Cabe recalcar que las estrategias comunicacionales que se elaborarán son para la difusión y promoción del ferrocarril, con la finalidad de atraer a los turistas nacionales y extranjeros, de esta forma dinamizar el turismo en el cantón de Riobamba. También, se conseguirán ofertas de destino sostenible con productos turísticos seguros y confiables, se fortalecerá su marco institucional tanto pública como privada. Cabe recalcar que el tren del Ecuador es uno de los productos turísticos más sobresalientes para el desarrollo sostenible del turismo (Monge & Yagüe Perales, 2016).

Con la reactivación del ferrocarril en la ciudad de Riobamba, se pretende fortalecer las empresas de turismo, así como los sectores hoteleros, restaurantes, agencias de viajes, entre otros. Mediante el análisis de los beneficios que traería la reactivación del ferrocarril se planteará estrategias comunicacionales efectivas que aporten al desarrollo turístico del cantón. Por estas razones la elaboración de este proyecto es factible y de esta manera contribuirá al desarrollo de empleo y el incremento del turismo en Riobamba.

1.5. **Objetivos**

- **General**

- Diseñar estrategias comunicacionales para contribuir a la reactivación del ferrocarril como aporte al desarrollo turístico en el cantón Riobamba, provincia Chimborazo, año 2022.

- **Específicos**

1. Identificar las causas que provocaron la paralización del sistema ferroviario en el cantón Riobamba.
2. Realizar un diagnóstico de la situación actual del ferrocarril de la ciudad de Riobamba.
3. Conocer la demanda turística para el ferrocarril en el cantón Riobamba.
4. Establecer estrategias comunicacionales viables para la reactivación del ferrocarril.

1.6. **Idea a defender**

Mediante las estrategias comunicacionales se podrá contribuir a la reactivación del ferrocarril en el cantón Riobamba, se dinamizará el turismo y, en consecuencia, generará fuentes de empleo.

CAPÍTULO II.

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes

De manera inicial se ha partido de un análisis de distintos aportes científicos desarrollados por otros investigadores relacionados al ferrocarril y como este ha aportado al desarrollo turístico en la ciudad y la provincia.

El estudio realizado por Allende (2006) menciona que con la invención de la máquina a vapor se modernizó la producción, las mercancías eran más baratas, aumentó el comercio, hubo acercamientos de pueblos. Entonces es ahí cuando ferrocarril daba un paso a la modernidad lo que transformó al mundo con la nueva invención como medio de transporte y trajo un impacto positivo más que cualquier otra máquina inventada. Cabe recalcar, que “la fecha de aparición del ferrocarril, reconocida universalmente en 1802, cuando el ingeniero inglés Richard Trevithick y su compatriota Andrew Vivian patentaron una locomotora a vapor de adherencia que se desplazaba sobre rieles por medio de un engranaje” (Allende, 2006, p.7).

A partir de ello el ferrocarril tuvo muchos beneficios puesto que, ayudó a las poblaciones en su economía, comercialización y a la revolución industrial por lo que, en sus inicios el ferrocarril se lo usó para el comercio de algunos productos, unió a diferentes pueblos, y conquistó el campo de la industria y transporte. Con el paso del tiempo se lo fue usando como medio factible de transporte para llegar a varios poblados y ciudades. No obstante, algunos investigadores conocen que la reactivación del ferrocarril sería uno de los pasos más importantes para la modernización, así pues, todo esto tendrá un efecto positivo en los habitantes lo que significa que cada día el servicio del ferrocarril será innovando y con ello, muchos de los países se irán actualizando en cuanto al transporte férreo. En ese mismo contexto, en algunos continentes como la India (1853), Egipto (1856), Austria (1870), Japón (1872), la aparición del ferrocarril fue más lenta, pero ya en países como Estados Unidos y Alemania que son potencia mundial fueron tomando poco a poco el frente, en el desarrollo del ferrocarril, motivos por el cual, al ir innovando y puliendo las locomotoras, fueron viendo la necesidad de aumentar su potencia, su peso en carga y así también como ir incorporando más vagones en los que ya sean más aptos para el

transporte de personas, hasta ponerse a la cabeza en el mundo de la industria (Alliende, 2006).

Akbulut & Artvinli (2011) manifiesta que las dinámicas económicas involucran en sí, a la evolución de los países por lo que, el turismo ferroviario podría representar una diferencia en el sistema local. Por ello, Reino Unido están restaurando y gestionando su patrimonio ferroviario con el objetivo de utilizarlo con fines turísticos. Desde entonces a mediados del siglo XIX, el sistema ferroviario contribuyó al desarrollo de la revolución industrial permitiendo así reducir significativamente el tiempo de viaje entre ciudades. Algunos trenes como Orient Express, el Transiberiano y el Blue Train, se volvieron únicos por su lujo y por el servicio que ofrece y continúan aun conservando su atractivo en la historia ferroviaria internacional. El primer ferrocarril turístico con modelo británico se llama Talylyn Railway de Gales. Es importante mencionar que, como beneficio al desarrollo local el turismo ferroviario debe buscar mejorar las experiencias de viajes, es decir, brindar esa autenticidad, así mismo, es fundamental implementar servicios de calidad que puedan responder a las necesidades de los turistas tanto nacionales como internacionales. Por otro lado, el factor de la sostenibilidad, deben ser desarrollados y potenciados en el producto turístico que ofrece la empresa ferroviaria puesto que, estos productos son adquiridos principalmente por las nuevas generaciones.

La investigación denominada Comparaciones ferroviarias internacionales expone que, como la primera forma de transporte en masas, el ferrocarril ha modelado los países en los cuales ha existido. Los ferrocarriles constituyen una parte intrínseca de la historia social y política de un país, por el cual es necesario verlos no solamente como red de transporte, sino como parte del sistema social para entender plenamente sus características operacionales. De hecho, el sistema de los ferrocarriles puede ser catalogado como uno de los primeros y grandes ejes de ordenamiento territorial. Por lo tanto, el tren ha pasado a ser un símbolo de progreso en los países y foco de crecimiento tanto económico como turístico (Hatano & Smith, 2015).

Por otro lado, en la historia de ferrocarriles en Ecuador Barreno & Brito (2015) expone que en 1908 el Ferrocarril enlazó ciudades y poblados importantes del país, llegando a comunicar la costa con la sierra, estas dos regiones estaban separados debido a las condiciones geográficas. La construcción del sistema férreo ecuatoriano a principios del siglo XX significó uno de los mejores proyectos de la revolución liberal ecuatoriana,

destacándose, así como un pilar importante para el crecimiento del país y por ende como un símbolo histórico nacional. En efecto, el ferrocarril ayudó al comercio y transporte masivo, generando oportunidades de trabajo y por ende al desarrollo de las comunidades con sus emprendimientos, negocios, ventas de artesanías, gastronomía y lugares turísticos.

En la década de los 70, con el desarrollo de las poblaciones y aprovechamiento de recursos que transformaron el desarrollo industrial, cambiaron drásticamente la manera de mirar el territorio, demandando nuevos medios de transporte y construyendo nuevas carreteras. Por ello, el uso de las carreteras para el comercio y transporte masivo provocó una caída en el uso del sistema ferroviario y el gobierno se centró únicamente en el mantenimiento de carreteras, descuidando así la construcción de nuevas vías para ferrocarriles. Sin embargo, para los años 90 debido a las metas que se propusieron y a los esfuerzos de las empresas ferroviarias, las vías se mantuvieron activas en zonas rurales que dependían del ferrocarril para movilizar sus productos. No obstante, debido a la necesidad de recursos, se dispuso priorizar tramos para vía férrea que con ello representaba atractivos naturales, culturales y fuentes de desarrollo. A finales de los 90 solo funcionaban dos trayectos los cuales eran Parque Nacional Cotopaxi, y trayecto Nariz del Diablo, recorridos que atraviesan la cordillera de los Andes (Barreno & Brito, 2015).

La construcción del ferrocarril en Chimborazo se reinició en febrero de 1899, la misma que marcó el desarrollo de los pueblos por donde realizaba su recorrido. En este periodo se construyó la vía a la nariz del diablo, la cual fue una obra de ingeniería que requirió de mucho esfuerzo y técnica por parte de las personas de aquellos tiempos. Es importante indicar que en esta época aparece una de las enfermedades más letales conocida como fiebre amarilla, lo cual provocó una disminución de la fuerza laboral tanto para personas nacionales como extranjeras (Jamaquinos); estos últimos fueron trasladados para la construcción del tan ansiado proyecto ferroviario (Ortega & Pacha, 2021).

Fuentes (2021) menciona que el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural declaró el 1 de abril del 2008 al Ferrocarril Ecuatoriano como patrimonio cultural del Ecuador, relacionándose de esta manera, al proyecto de rehabilitación como uno de los factores importantes dentro de la planificación e inversión del Estado. Destacando a esta obra

como un proyecto que promovería de manera integral el turismo y reactivando la economía local de las diferentes comunidades por las que pasa el ferrocarril.

Por otro lado, el transporte ferroviario pasa por la Sierra del país y en el transcurso que realiza se puede observar lugares turísticos, flora y fauna y las principales comunidades que forman parte de la ruta del Ferrocarril (Merizalde-Demera, 2021). Cabe recalcar, que los ferrocarriles del Ecuador tienen una gran historia relevante en cuanto al transporte ya que, en sus inicios transportaban específicamente pasajeros y cargas con el fin de aprovechar la ruta que unía el litoral con la Sierra y con ello se conseguía el intercambio de productos como alimentos, artesanías y telas, de las dos regiones beneficiarias. Un dato muy importante que se debe recordar es que muchos migraban de la Sierra a la Costa por la temporada de la azúcar o denominada zafra y de este modo obtuvieron trabajo por mucho tiempo y por la cual, sostenían a sus familiares y tuvieron ingresos económicos factibles.

Además, que el sistema ferroviario en Ecuador también atendió a turistas tanto nacionales como internacionales al asegurar que cumpla con los principios de turismo responsable y equitativo garantizando que los productos del turismo ferroviario se relacionan activamente impactos económicos, sociales positivos, así como mejoras ambientales en las comunidades que se visita.

1.2. Marco científico

En este apartado se exponen las principales teorías científicas en las que se base nuestra investigación como la Teoría del Turismo, Teoría de la Hospitalidad, Ferrocarriles Temáticos, Teoría Comunicacional, que se detalla a continuación.

Teoría del turismo

Con el pasar del tiempo, el turismo y los visitantes han sido fuente de investigaciones de estudios turísticos a través de criterios como ubicación, sitio, paisaje, región, lugar y espacio (Lefebvre, 1991). Además, algunos estudios de turismo reconocen que el "el turismo es esencialmente una actividad geográfica" (Lew, 2010, p.113). Después de entender acerca del turismo en el campo geográfico, así como en la teoría impartida en las aulas, es fácil reconocer que es un buen emprendimiento que aporta a la economía de

una ciudad, es importante recalcar que nuestro mismo planeta Tierra nos brinda mediante sus atractivos esta opción de sobresalir.

Es necesario incrementar los conceptos acerca de la teoría del turismo en la Tierra, pues no se debe considerar que los atractivos turísticos naturales ya están listos para ser explorados, sino que se debe intervenir e invertir de una manera cuidadosa para así poder realizar la actividad de turismo (Gren & Huijbens, 2012).

Podríamos decir que la Tierra está ubicada o relacionada estrictamente con la naturaleza, pues es una parte de ella, esta se encuentra interrelacionada por parte de la materia que se puede observar y tocar. Además, todos los atractivos turísticos están ubicados en la parte geográfica de la Tierra, así como los fenómenos naturales que suceden (Latour, 1993).

Turismo Ferroviario y Ferrocarriles Temáticos

Hay que distinguir los ferrocarriles turísticos y temáticos de los trenes que, entre otros cometidos sirvieron y sirven para el transporte de turistas. De hecho, desde el principio las diversas líneas de ferrocarril fueron utilizadas para el transporte de turistas. Pero, al igual que en muchas otros temas relacionados con el turismo y el desarrollo del mismo, es de nuevo Thomas Cook, considerado padre de la industria turística moderna, al que corresponde una visión turística prematura, puesto que fletó la primera excursión turística en tren con 570 personas en 1841, antes incluso que se hubiera establecido el transporte ferroviario en la gran mayoría de los países, y habiendo publicado su primera guía turística relacionada con las excursiones en tren en 1845 (Simmons, 2014).

Además, los trenes jugaron un papel preponderante en el desarrollo del turismo de masas puesto que, permitió a la población viajar en un medio de transporte relativamente barato, por lo que, el turismo ya no estaba reservado a las clases más pudientes (Armstrong et al., 2012). Hay que tener en cuenta, que no deja de ser paradójico que se reflexione sobre trenes turísticos y temáticos 170 años después de su primera utilización como medio de desplazamiento turístico por el propio Thomas Cook (Prideaux, 1999). Cabe recalcar, que el transporte puede ser un punto importante en la experiencia turística, como ocurre en los cruceros o los trenes temáticos, el transporte normalmente es considerado como actividad supletoria del turismo y no como atracción turística en sí, reservada a los destinos visitados y alcanzados gracias al modo de transporte elegido.

Por otro lado, en la construcción de la línea férrea intervinieron razones que van mucho más allá de la cuestión turística, como la mejora económica, los intereses políticos y de colonización y la explotación de recursos naturales por parte de China comparable, por otro lado, con el establecimiento del ferrocarril en los Estados Unidos durante el siglo XIX. Por lo tanto se ha llegado a una situación, en la cual el tren ya no es considerado solamente un medio de transporte hacia el turismo, sino que se define como producto turístico, un medio de transporte para el turismo y como atracción turística (Galvão & Dias, 2010).

Además, están los trenes que se pueden calificar de turísticos no por su valor intrínseco como atracción turística, sino porque llevan a los turistas por o a través de una atracción, generalmente un paisaje espectacular, como ocurre con la gran mayoría de los trenes turísticos de América del Norte, de América del Sur y de Australia (Armstrong et al., 2012). Finalmente estarían los trenes que se han denominado ferrocarriles temáticos y que son una atracción turística en sí, más allá del recorrido que llevan a cabo o el destino hacia el cual se dirigen. Esta categoría incluye la gran mayoría de los trenes históricos que cuentan con vagones cargados de historia y locomotoras con máquina a vapor (Galvão & Dias, 2010).

Teoría de la Hospitalidad

Por lo que hemos investigado según algunos autores afirman que el turismo puede comprenderse como:

- a) “Viaje a un centro ejemplar o sagrado cuya necesidad evoca la comercialización de la hospitalidad” (Cohen, 1988, p.2).
- b) “Un agente democratizador que desestabiliza las asimetrías generadas por el colonialismo mercantil” (Palmer, 1994, p.2).
- c) “Una forma estereotipada de Ocio” (Kotler et al., 2011)

Como bien afirma el economista Muñoz Escalona (2011), en los últimos años ha surgido una corriente epistémica (nacida del Management) que ha priorizado la demanda turística olvidando el papel de la oferta dentro del sistema económico. Para estos estudiosos, la complejidad del turismo amerita un estudio interdisciplinar pero lejos de “aclarar las aguas o llegar a paradigmas unificados” que permitan una elaboración metodológica-científica, sus esfuerzos parecen puestos en estudiar exclusivamente ciertas cuestiones

que hacen a la imagen de los destinos y su rentabilidad. Por lo tanto, la función del turismo dentro de la sociedad fue simplificada a un mero producto.

La hospitalidad, según el autor ha sido mal comprendida y con ella también el turismo. Por su parte, el antropólogo español A. Santana Talavera (2006) explica que a pesar del tabú sobre la antropología para tratar temas desde una perspectiva integradora y sistémica, el turismo para una mayor comprensión debe ser abordado desde una perspectiva holística que pueda describir no solo su dinámica sobre el campo de observación sino sus efectos y alteraciones a lo largo del turismo además de ser una actividad con mayor o menor rentabilidad es parte de un sistema social que lo envuelve y precede. Anclado en la hospitalidad el turismo, sin lugar a dudas, debe ser considerado un fenómeno social.

La hospitalidad en tanto institución milenaria no solo genera lazos de solidaridad interna sino permite la construcción de un puente con la extranjería para la concreción del turismo y de la movilidad que éste genera. El turismo no puede comprenderse sin el desplazamiento con fines lúdicos que lo antecede, pero ciertamente tampoco debe quedar atado a una definición que lo asocie al “ocio rentado”. El turismo nace de tres pilares fundamentales: curiosidad, sedentarismo, y movilidad, pero no puede llevarse a cabo sin la hospitalidad.

Por otro lado, la hospitalidad surge de la lengua, del idioma por el cual se le pide al estado un permiso de entrada que es finito en tiempo y espacio. Un viajero que se rehúsa a hablar “nuestra lengua” es despojado del beneficio de la hospitalidad. Para Derrida (2006), la hospitalidad es posible solamente bajo un derecho amparado por el patrimonio y el nombre (apellido). En este ritual convergen el límite y la prohibición. En otras palabras, en el anonimato nadie puede recibir hospitalidad porque no tiene lugar de nacimiento, ni historia, ni patrimonio, ni referencia alguna.

Teoría Comunicacional

La Teoría de la Comunicación estudia la capacidad que tienen algunos seres vivos de relacionarse con otros intercambiando información. Si bien es una reflexión teórico-científica relativamente nueva, en cambio su objeto de estudio, la comunicación es una actividad muy antigua registrada por la humanidad y la naturaleza: La aptitud para

servirse de la información en la interacción la poseen especies animales que habitaban en la tierra mucho antes que el hombre (López-López et al., 2020).

El estudio de la comunicación sirve para comprender el mecanismo por el cual quién inicia la actividad comunicativa consigue lograr sus objetivos sin recurrir a la acción ejecutiva (Massoni, 2019). Es así que se comprende el interés que ha despertado este estudio en las llamadas Disciplinas Instrumentales, o ciencias que persiguen fines instrumentales de transformación. Por lo tanto, se llaman Disciplinas Instrumentales a aquellas que están interesadas en conocer las técnicas adecuadas para hacer que el receptor realice determinadas acciones de determinada manera (comprar, votar, escoger, etc.) y del modo y manera en que desea el emisor.

Estrategia comunicacional de turismo local y su influencia en la apreciación de la demanda

Las estrategias comunicacionales pretenden descubrir mediante un análisis el impacto económico que puede tener la industria del turismo como espectro generador de desarrollo cuando se comprende perfectamente a los clientes y al mercado, la dirección de marketing puede crear estrategia orientada al cliente.

Se define a la dirección de marketing como el arte y la ciencia de elegir los mercados objetivos y crear relaciones rentables en los mismos, teniendo en cuenta dos preguntas importantes como son: ¿A qué clientes vamos a atender? Y cuál es nuestra propuesta de valor puesto que, ayuda a llegar a los clientes potenciales, para así tomar buenas decisiones bajo una demanda identificada, usando estrategias que vayan acorde con la época y situación como, en este caso la reactivación del ferrocarril para el desarrollo turístico del cantón Riobamba.

La comunicación sobre sostenibilidad se propone concientizar a los consumidores sobre la disponibilidad de productos de viaje, informar a los consumidores cómo estas ofertas satisfacen sus necesidades y cumplen con los criterios necesarios y, en última instancia, estimular las compras pro-sostenibles. Junto con esta perspectiva de producto, la comunicación tiene como objetivo aumentar la transparencia sobre el compromiso de ser una empresa que se mantenga en el tiempo. Por lo tanto, la comunicación sobre sostenibilidad forma parte de una estrategia de marketing más amplia que adopta un

enfoque integrador y holístico para lograr los objetivos corporativos y las metas a largo plazo de un desarrollo sostenible (Belz & Ken, 2008).

A pesar de la importancia de una comunicación eficaz sobre la sostenibilidad para la industria del turismo, aún deben examinarse sus fundamentos teóricos, influencias y resultados (Coles et al., 2013). Sin embargo, los canales de comunicación de sostenibilidad más investigados son los canales de comunicación no personales, es decir, medios que transmiten mensajes sin contacto personal o retroalimentación (Kotler et al., 2011)

Enfoque de marketing social

Un principio del marketing ilustrado que sostiene que una empresa debe tomar buenas decisiones de marketing teniendo en cuenta los deseos de los consumidores, los requisitos de la empresa, los intereses a largo plazo de la sociedad. Las expectativas del cliente están basadas en la experiencia de compras pasadas, en las opiniones de amigos y en la información del mercado (Kotler et al., 2011)

1.3.Marco conceptual

En este apartado se va a analizar las principales temáticas así también como los principales conceptos que nos van ayudar a poder entender de una mejor manera nuestro trabajo de investigación, los cuales vamos a ir detallando a continuación.

1.3.1. Transporte ferroviario

La creación del transporte ferroviario fue considerada una de las principales soluciones para trasladar tanto a personas como productos, bienes y servicios. Con ello nace una nueva era de transporte en la sociedad. Este tipo de transporte es desplazado sobre raíles e impulsado por una locomotora a vapor (Zambrano, 2021).

1.3.2. Tren

Medio de transporte constituido por vagones arrastrados por una locomotora que sirve para el traslado de pasajeros y mercancías, en países lo fabrican cada vez más rápidos, y que tiene aspecto metálico y mucho más sostenibles. El movimiento de los vagones, los

sonidos de la locomotora, los grandes ventanales, son características únicas e inolvidables de las que disfruta todo pasajero (Sastre, 2014).

1.3.3. Turismo

El turismo se ha convertido en el mayor fenómeno social del mundo moderno, ha sido también el responsable de grandes transformaciones a nivel global. Por lo tanto, globalización y turismo han ido de la mano en los últimos años, sin embargo, el excesivo “éxito” del turismo, ha generado también grandes impactos. La gentrificación, la turistificación y más recientemente el overtourism, son efectos directos de lo que no se debe buscar cuando los países y regiones apuestan por el turismo como alternativa de desarrollo (Luzuriaga, 2020).

1.3.4. Estrategia de Comunicación

Una estrategia de comunicación es la herramienta de planificación que permite a una empresa definir qué mensaje quiere transmitir a su público objetivo y de qué manera lo va a lanzar para cumplir sus metas y objetivos. Además, se tendrá que decidir los canales de comunicación que utilizará, las acciones que ejecutará, los plazos de tiempo y otras variables que te ayudarán a cumplir los objetivos planteados en la investigación (Franco, 2022).

1.3.5. Reactivación económica

Se define reactivación económica al proceso mediante el cual se busca conseguir que la economía de un país o de un lugar determinado tome buenos rumbos después de haberse sumergido en una crisis que afecta a la mayoría de la población. El futuro depende de las medidas que se tomen ahora, en la que se debe tener en cuenta que estamos ante una situación temporal por ello, es importante lograr que la economía del país tome buenos rumbos después de haberse sumergido en una crisis que afecta a la mayoría de la población (Moreno et al., 2021).

1.3.6. Desarrollo Local

El desarrollo local se puede entender, como un proceso complejo, que es producto de una construcción colectiva a nivel local, que tiene como propósito movilizar los recursos del territorio en torno de un proyecto común e incluir al conjunto de la población. Supone

una perspectiva integral del desarrollo, es decir, que incluye la dimensión social, política, ambiental, cultural y el perfil productivo. Además, permiten planificar el desarrollo hacia objetivos, metas y también contar con una visión y una misión (Casalis, 2009).

1.3.7. Creación de fuentes de trabajo

La construcción del sistema ferroviario en Ecuador permitió el desarrollo comercial en la región Andina, especialmente en la industria alimenticia y textil. En el año de 1915 hasta 1930 se implementaron diferentes empresas en las ciudades de Quito, Ambato, Riobamba y Cuenca, las cuales representaron más del 90% de la industria textil. En el año de 1928 figuraban 15 empresas en la región andina entre las ciudades de Ibarra y Riobamba. En este sector trabajaban alrededor de 2500 personas que generaban más de 10 millones de sucres, lo cual dinamizó la economía popular en el país (Zambrano, 2021).

1.3.8. Desarrollo Sostenible

El desarrollo sostenible representa la transición de la sociedad actual a una sociedad más respetuosa con el medio ambiente. Es un modo de desarrollo cuyo objetivo es garantizar el equilibrio entre el crecimiento económico, la preservación del medio ambiente y el bienestar social (Caroline, 2020).

1.3.9. Desarrollo Turístico

El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos (Varisco, 2008).

1.4. Marco legal

En la presente investigación, en cuanto al marco legal se ha recopilado información de reglamentos y leyes que estén relacionados con el tema, entre ellos está, la Constitución del Ecuador, Ley de Turismo, Empresa Ferrocarriles del Ecuador-Empresa Pública FEED y Reglamento General del Turismo. A continuación, se detallan los artículos más relevantes que serán analizados.

Constitución de la República del Ecuador 2008

Registro Oficial 449 de 20-oct-2008

Según la constitución de la República 2008 del Ecuador que es la norma máxima del Estado, a la que está sometida toda la legislación ecuatoriana, se constituyen las normas más importantes que amparan las obligaciones y derechos de los ciudadanos. Los artículos que se exponen a continuación son los que dan fundamentación a la investigación.

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

Art. 315.- El Estado constituirá empresas públicas para la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y el desarrollo de otras actividades económicas.

Art. 387.- Será responsabilidad del Estado:

Facilitar e impulsar la incorporación a la sociedad del conocimiento para alcanzar los objetivos del régimen de desarrollo.

Promover la generación y producción de conocimiento, fomentar la investigación científica y tecnológica, y potenciar los saberes ancestrales, para así contribuir a la realización del buen vivir, al *sumak kawsay*.

Asegurar la difusión y el acceso a los conocimientos científicos y tecnológicos, el usufructo de sus descubrimientos y hallazgos en el marco de lo establecido en la Constitución y la Ley.

Garantizar la libertad de creación e investigación en el marco del respeto a la ética, la naturaleza, el ambiente, y el rescate de los conocimientos ancestrales.

Art. 379.- Los bienes culturales patrimoniales del Estado serán inalienables, inembargables e imprescriptibles. El Estado tendrá derecho de prelación en la adquisición

de los bienes del patrimonio cultural y garantizará su protección. Cualquier daño será sancionado de acuerdo con la ley.

Art. 394.- El Estado garantizará la libertad de transporte terrestre, aéreo, marítimo y fluvial dentro del territorio nacional, sin privilegios de ninguna naturaleza. La promoción del transporte público masivo y la adopción de una política de tarifas diferenciadas de transporte serán prioritarias. El Estado regulará el transporte terrestre, aéreo y acuático y las actividades aeroportuarias y portuarias (Constitución del Ecuador, 2008).

Empresa Ferrocarriles del Ecuador-Empresa Pública FEEP

Registro Oficial 179 de 26-abr.-2010

El presente documento contiene la políticas y normas para la creación de una empresa de ferrocarriles, además, indica su objeto social y los requisitos que debe cumplir para funcionar como un transporte ferroviario.

Art. 1.- Creación, Denominación y Naturaleza.- Créase la Empresa Ferrocarriles del Ecuador, Empresa Pública -FEEP-, como una persona jurídica de derecho público, con patrimonio propio, dotada de autonomía presupuestaria, financiera, económica, administrativa, operativa y de gestión: que se encuentra bajo la coordinación del Ministerio Coordinador de Patrimonio, acorde con los objetivos establecidos en el Sistema Nacional de Planificación, la Ley Orgánica de Empresas Públicas, su reglamento general y este decreto ejecutivo.

Art. 2.- Objeto. - El objeto social de Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública -FEEP-, comprende:

1. Establecer, desarrollar, mantener y explotar, directamente, los servicios, de transporte de pasajeros, servicios de transporte de pasajeros turísticos, los servicios de transporte de carga, a realizarse por medio de vías férreas y sistemas similares, en todas sus modalidades tales como: trenes de cercanía, tranvías, trenes, entre otros, así como los servicios complementarios que se ofrezcan en cada una de las instalaciones que formen parte de la infraestructura ferroviaria.
2. Administrar la infraestructura ferroviaria nacional actualmente existente y la que se construya en el futuro, para lo cual tendrá a su cargo la planificación, dirección,

financiamiento, administración, rehabilitación, operación, construcción y funcionamiento de la referida infraestructura; por lo tanto, podrá además realizar modificaciones y ampliaciones o nuevos trazados para la integración del país a través de la infraestructura ferroviaria nacional y organizar los servicios que presta.

3. Implementar una política ferroviaria de seguridad y calidad.

Art. 5.- Del Patrimonio. - Constituye patrimonio de Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública -FEEP-, la infraestructura nacional ferroviaria; así como, todos sus bienes muebles e inmuebles, acciones, participaciones, títulos habilitantes y demás activos que posea al momento de su creación:

1. La infraestructura ferroviaria nacional, que comprende: las vías férreas que se hayan incorporado o se incorporen a ella, con sus dependencias y estructuras anexas.

2. Los inmuebles, edificios, instalaciones, infraestructura, el material rodante, equipo, maquinaria, herramientas, repuestos, útiles, existencias y enseres y demás activos que estén en el dominio de la Empresa de Ferrocarriles Ecuatorianos, EFE y que se traspasan a nombre de Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública -FEEP-.

3. Los activos y créditos, bienes muebles, marcas, registros, patentes y demás bienes inmateriales; los ingresos provenientes de tasas y tarifas de los servicios de transporte ferroviario y los que genere la gestión empresarial.

Ley De Turismo

Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002

El presente documento de Ley de Turismo tiene por objetivo establecer las medidas que garanticen el desarrollo y promoción del turismo como una actividad económica, y, por tanto, este documento contiene las potestades del estado, las obligaciones, los derechos de los prestadores y usuarios. A continuación, se mencionan los artículos importantes y que se relacionen con el tema de investigación.

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos. (Belz & Ken, 2008)

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

a. Alojamiento;

b. Servicio de alimentos y bebidas;

c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;

d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,

f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos.

Art. 16.- Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley.

Art. 42.- Corresponde al Ministerio de Turismo la defensa de los derechos del usuario de servicios turísticos en los términos que señala la Constitución Política, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y esta Ley”.

Art. 44.- El empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio.

Art. 46.- Los usuarios de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y presentar sus quejas al Centro de Protección del Turista. Este Centro tendrá interconexión inmediata con la Policía Nacional, Defensoría del Pueblo, municipalidades, centros de Información Turística y embajadas acreditadas en el Ecuador que manifiesten interés de interconexión. A través de este Centro de Protección al turista, se buscará la solución directa de los conflictos”. (Belz & Ken, 2008)

Reglamento General a la Ley de Turismo

Registro Oficial 244 de 05-ene.-2004

El presente reglamento menciona los procedimientos que aplica la ley de turismo en cuanto a las actividades y servicios turísticos, además, señala los procedimientos generales de coordinación institucional y actualización de las normas jurídicas del sector turístico.

Art. 6.- De la planificación. - Le corresponde exclusivamente al Ministerio de Turismo planificar la actividad turística del país como herramienta para el desarrollo armónico, sostenible y sustentable del turismo. La planificación en materia turística a nivel nacional es de cumplimiento obligatorio para los organismos públicos y referencial para los privados. La formulación y elaboración material de los planes, programas y proyectos podrá realizarse a través de la descentralización (de competencias) y desconcentración (de funciones) o contratación con la iniciativa privada de las actividades materiales.

Art. 8.- Del control. - A través de los mecanismos determinados en este reglamento y demás normativa aplicable, el Ministerio ejercerá el control sobre el cumplimiento de las obligaciones que tienen los prestadores de servicios turísticos, como resultado de la aplicación de la Ley de Turismo y sus correspondientes reglamentos.

Art. 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas. - El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria

que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren, en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo. - Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

El registro de turismo se efectuará por una sola vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho, tales como transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y otros.

Art. 55.- Requisito previo para la operación. - Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

Art. 76.- De la promoción. - Con el objeto de consolidar la identidad e imagen turística del Ecuador en el ámbito nacional e internacional, el Ministerio de Turismo dictará las políticas y el marco referencial a efectos de posicionar al país como destino turístico. La gestión de la promoción turística le corresponde al Ministerio de Turismo en conjunto con el sector privado.

Los medios de la promoción y mercadeo del Ecuador, sin que sean un limitante serán canales convencionales como ferias, talleres, viajes de familiarización, viajes de periodistas, congresos, exposiciones, entre otros no convencionales como servicios de información turística, internet y material promocional, etc. (Borbúa, 2015)

1.5.Marco Georreferencial

- *Ubicación*

El presente trabajo de investigación se realizará en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, situado a 2758 m.s.n.m., a 1° 4.01' 46" latitud Sur; 0° 3' 36" longitud Occidental.

- *Superficie*

La superficie del cantón Riobamba es de 978 km²

- *Límites*

Norte: Cantones Guano y Penipe.

Sur: Cantones Colta y Guamote.

Este: Cantón Chambo y la provincia de Morona Santiago.

Oeste: Provincias de Bolívar y Guayas.

- *Clima*

El clima en la ciudad de Riobamba es muy variado, con gran presencia de sol y de vientos especialmente en los meses de enero, febrero y noviembre. La temperatura media oscila entre 9 y 21 °C; con una precipitación promedio anual de 491 mm y una humedad relativa de 72% anual (INAMHI, 2020).

- *Hidrografía*

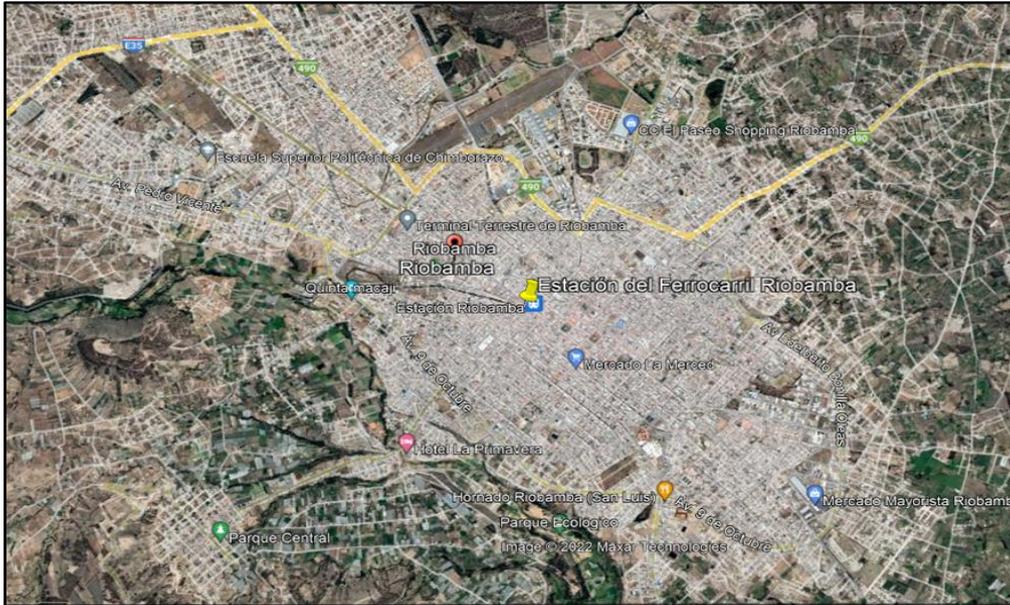
El cantón Riobamba, posee una topografía irregular, donde nacen varios ríos uno de ellos es el Chambo. Este río es el más importante, cuyas aguas se utilizan para el consumo humano y para regar las zonas bajas y secas. También posee otros ríos de bajos caudales que son alimentados por quebradas y tributarios que incrementan su caudal en época de lluvias

División política

El cantón Riobamba posee 5 parroquias urbanas: Lizarzaburu, Maldonado, Velasco, Veloz y Yaruquíes y 11 parroquias rurales: Cacha, Calpi, Cubijés, Flores, Licán, Licto, Pungalá, Punín, Químiag, San Juan y San Luis.

Imagen 1. Ubicación

Estación del ferrocarril, cantón Riobamba.



Fuente: Google Maps (2022).

CAPÍTULO III

2. METODOLOGÍA

Con la finalidad de desarrollar la investigación de forma correcta se plantea la siguiente metodología, descrita a continuación:

2.1. Tipo de Investigación

Uno de los factores clave es escoger el tipo de investigación sobre el cual se enfoca y relaciona el tema, este permitirá obtener información detallada y verídica a continuación, se detallan las que aplican a la investigación.

2.1.1. Investigación exploratoria

Este tipo de investigación se ejecutó en el lugar de estudio, en este caso en la ciudad de Riobamba, lo cual proporcionó toda la información necesaria para así establecer un análisis de la situación actual relacionado a las expectativas de los pobladores e torno a la reactivación del ferrocarril.

Los estudios exploratorios se efectúan cuando el objetivo es investigar un tema o problema poco estudiado del cual se tiene muchas inquietudes o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan solo hay guías no investigadas e ideas turbiamente relacionadas con el problema de estudio o si desea indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas (Hernández et al., 2014).

2.1.2. Investigación descriptiva

La investigación descriptiva se aplicó al momento de indagar, observar y describir las características más relevantes del transporte ferroviario como aporte al desarrollo turístico, como también permitió obtener información detallada acerca de los puntos de vista de las autoridades y de los pobladores mediante la aplicación de técnicas como las observación, revistas y encuestas.

Con los estudios descriptivos se busca detallar las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis profundo. Por ello, únicamente se procura medir o recoger información de manera

independiente sobre los conceptos a las que se refieren, es decir, su objetivo no es indicar cómo se relacionan las mismas (Hernández et al., 2014).

2.1.3. Investigación de Campo

Se realizó una investigación de campo puesto que, se recabó información mediante las encuestas aplicadas a los pobladores, con el objetivo de obtener datos concretos y confiables y reales para posterior a ello realizar un análisis, permitiendo un buen desarrollo de la investigación. De la misma forma se aplicó entrevista a los funcionarios que conocen sobre los problemas relacionados al funcionamiento del ferrocarril y cuáles fueron los factores que provocaron su paralización y cierre.

Permitirá conseguir información a partir de la visita in situ con el objeto de estudio, de esta manera se adquirirá información empírica, es decir por medio de las experiencias y la observación. La investigación de campo tiene como propósito recoger y registrar ordenadamente datos relativos al tema seleccionado como objeto de estudio. Por lo tanto, son instrumentos que permiten controlar los fenómenos (Baena, 2017).

2.2. Enfoque de la investigación

Para el desarrollo de la investigación planteada se utilizó un enfoque mixto tanto cualitativo como cuantitativo. Por una parte, en el enfoque cualitativo se realizó entrevistas a las autoridades que se relacionan con el tema del turismo, ayudando así al desarrollo investigación, como también conocer los diferentes puntos de vista relacionado con la reactivación de ferrocarril y los beneficios que traerá en el turismo en la ciudad de Riobamba. Por otro lado, está en enfoque cuantitativo en donde, se recabo información aplicando encuestas, permitiendo medir y tener conocimiento de la realidad de la situación de los pobladores de Riobamba tras el cierre del ferrocarril.

Además, se aplicó la observación directa en la cual, se observó los servicios que ofrecía el ferrocarril, las instalaciones, los distintos departamentos que existían en la estación y cuál era la estructura organizacional que tenía esta institución.

Para Neill & Cortez (2018) en cuanto al enfoque cuantitativo nos menciona que es una forma estructurada de recopilar y estudiar datos obtenidos de diferentes fuentes, lo que involucra el uso de herramientas informáticas, estadísticas y matemáticas para conseguir resultados concretos. Por lo tanto, este enfoque trata de cuantificar el problema y

comprender que tan generalizado está mediante la búsqueda de resultados proyectables a una población mayor.

El enfoque cualitativo establece un acercamiento metodológico en la indagación de las acciones sociales, teniendo en cuenta las actitudes, aspectos culturales, estimaciones y percepciones. Permite recoger las descripciones mediante la aplicación de técnicas e instrumentos, como la observación, entrevistas y encuestas con el objetivo de obtener información relevante en forma de narraciones, grabaciones, notas de campo, fotografías, entre otras (Neill & Cortez, 2018).

2.3. Métodos de Investigación

2.3.2. Método Deductivo

Se aplicó el método deductivo porque se va analizar el problema de manera general para ir a lo particular a través de estrategias comunicacionales, para ello se inició con la observación de aspecto generales para llegar a conclusiones particulares, se buscó analizar los problemas generales de la inactivación del ferrocarril para encontrar las causas de cada uno de ellos.

“Es propio de los racionalistas, parte de una ley general construida a partir de la razón, va de lo general a lo particular, de la teoría de los datos” (SEMAR, 2016, p.33).

2.3.3. Método Inductivo

Este método se aplicó a la investigación puesto que, se va analizar el problema, de manera particular para ir a lo general. Se observó de manera detallada las causas de los problemas del cierre del ferrocarril y sus efectos en el desarrollo turístico y emitir una conclusión general del estado actual en que se encuentran.

“Es propio de los empiristas, va de lo particular a lo general, por lo que toma en cuenta la observación y la experiencia de la realidad para llegar a un análisis, es útil para generar conocimiento nuevo” (SEMAR, 2016, p.33).

2.3.4. Método bibliográfico

En la presente investigación se utilizó material bibliográfico como libros, revistas, tesis, sitios web, informes, con el fin de obtener información confiable acerca del tema que se

está investigando. Cabe recalcar que este método ayudó mucho al desarrollo del marco teórico.

2.3.5. Método Analítico

Se analizó la situación actual en cuanto a la inactivación del ferrocarril, además con la información obtenida de las entrevistas y encuestas se estudió los beneficios que trae al reactivar el ferrocarril en la provincia de Chimborazo.

2.4. Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos

2.4.2. Técnicas

a) Entrevistas

Para el cumplimiento del primer objetivo que es “Identificar las causas que provocaron la paralización del sistema ferroviario en el cantón Riobamba” mediante las entrevistas que se aplicó a las autoridades relacionadas con el tema de Turismo y a las personas claves que se involucran en el tema de investigación se podrá identificar las causas del porqué se provoca la paralización del ferrocarril y así conocer cada una de las opiniones de las personas entrevistadas. Para ello, se utilizará un guion de preguntas las mismas que fueron preparadas y analizadas anteriormente.

Se plantea como segundo objetivo “Realizar un diagnóstico de la situación actual del ferrocarril de la ciudad de Riobamba”, para lo cual se usó las entrevistas, las mismas son fundamentales para el desarrollo de la matriz FODA, que permitirá evaluar las fortalezas, debilidades, oportunidades y las amenazas en referencia al ferrocarril.

Para dar cumplimiento al tercer objetivo que es “Conocer la demanda turística para el ferrocarril en el cantón Riobamba” la técnica de la entrevista permite conocer la demanda turística para el ferrocarril en la cual, se preguntó a las autoridades el número de turistas tanto nacionales como internacionales que llegan al cantón Riobamba y de esta manera tener conocimiento de cuáles son los consumidores de los bienes y servicios turísticos.

Para el cumplimiento del cuarto objetivo que es “Establecer estrategias comunicacionales viables para la reactivación del ferrocarril” las opiniones de las entrevistas son importantes porque las autoridades a las que se aplicó dichas entrevistas conocen acerca

de la problemática por lo se puede utilizar como una línea base para partir de esta información, ya que son los que más están involucrados al tema y ya conocen otras estrategias que se han usado y así permitan cumplir con los objetivos planteados en torno a la reactivación del ferrocarril.

En esta técnica el investigador adquiere información en cuanto al punto de vista y a la experiencia de las personas. Se define como un diálogo directo (Neill & Cortez, 2018).

b) Encuestas

Para el cumplimiento del primer objetivo que es “Identificar las causas que provocaron la paralización del sistema ferroviario en el cantón Riobamba” las encuestas se utilizó mediante la aplicación de un cuestionario previamente diseñado con preguntas cerradas, dirigida a los turistas nacionales e internacionales y de esta manera permitió recopilar datos sin modificar las opiniones de los encuestados e identificar los motivos que provocaron la paralización del sistema ferroviario en el cantón Riobamba y sacar conclusiones pertinentes que sustenten el tema de investigación.

Para el segundo objetivo está “Realizar un diagnóstico de la situación actual del ferrocarril de la ciudad de Riobamba”, para lo cual los guiones de entrevista permitieron conocer a fondo sobre la situación actual de este atractivo turístico, con la finalidad de que se pueda identificar los factores positivos y negativos. Por otro lado, por medio de una matriz FODA se identificó factores internos como Fortalezas y debilidades y factores externos como oportunidades y amenazas relacionadas al ferrocarril.

Las encuestas son de mucha ayuda de modo que, se ejecutó preguntas encaminadas a las circunstancias en que se halla sistema ferroviario de Riobamba. También por medio de las encuestas se pudo obtener datos concretos que permitió conocer la realidad por la que está pasando el tema del ferrocarril.

Para el cuarto objetivo que es “Establecer estrategias comunicacionales viables para la reactivación del ferrocarril” las encuestas juegan un papel fundamental puesto que, ayudó a definir mensajes comunicacionales de manera efectiva, por medio de las opiniones públicas.

La encuesta se considera como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de las personas cuya finalidad es obtener de manera sistemática medidas

sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida. La recogida de los datos se realiza a través de un cuestionario que se realiza a la población (López & Fachelli, 2015).

c) Observación

Para dar cumplimiento al primer objetivo que es “Identificar las causas que provocaron la paralización del sistema ferroviario en el cantón Riobamba” la observación por medio de la visita in situ se procedió a recoger datos en cuanto a la problemática que se está estudiando y así se obtuvo conocimiento y por ende se analizó cada causa encontrada.

Para el segundo objetivo esta “Realizar un diagnóstico de la situación actual del ferrocarril de la ciudad de Riobamba” para ello se utilizó la observación directa es decir, visitar el campo de estudio, lo que permitió analizar la situación actual del ferrocarril de la ciudad de Riobamba puesto que, se observó los servicios que ofrece, las instalaciones, como es la atención al cliente, su demanda turística, sus alrededores en cuanto a las debilidades, fortalezas, oportunidades y las amenazas tras la reactivación del ferrocarril. Es una técnica que ayudo a observar atentamente el fenómeno que se está estudiando y posterior a ello, permitió tomar información y registrarla para hacer un análisis concreto.

Para dar cumplimiento al tercer objetivo que es “Conocer la demanda turística para el ferrocarril en el cantón Riobamba”, se usó la observación para conocer el criterio de los turistas que visitaban este atractivo turístico, así como analizar cuáles eran los servicios turísticos que tenía el ferrocarril y que servicios era necesario implementar.

Para el cumplimiento del cuarto objetivo que es “Establecer estrategias comunicacionales viables para la reactivación del ferrocarril” al observar el fenómeno que se está estudiando permitió hacer un análisis y ver que hace falta en la empresa del ferrocarril en cuanto a servicios, instalaciones, publicidad para así establecer estrategias comunicacionales factibles para la reactivación del ferrocarril.

2.4.3. Instrumentos

El en trabajo de investigación se utilizó los siguientes instrumentos:

a) Información Secundaria

En la investigación se utilizó información obtenida del internet como sitios web, de informes electrónicos, revistas, de repositorios, lo que ayuda a tener una idea más clara y confiable de la gestión que ha realizado la empresa de ferrocarril y como la reactivación de ferrocarril traerá beneficios al turismo y por ende a la economía del cantón Riobamba.

b) Cuestionario

Para la investigación se planteó un cuestionario con preguntas cerradas que serán dirigidos a la población del cantón Riobamba, el mismo que ayudó para recolectar información sobre el tema de estudio.

Es un conjunto de preguntas diseñadas para generar datos importantes para conseguir los objetivos planteados en el proyecto de investigación. Además, el cuestionario ayuda a estandarizar y constituir el proceso de recopilación de datos (Galán, 2009).

c) Guión de entrevista

La guía de entrevista tendrá temas y preguntas sugeridas respecto al tema planteado, Además, con la ayuda de un guía se podrá formular preguntas que analicen la situación económica, social que impliquen a la reactivación del ferrocarril. Esta guía está destinada para realizar la entrevista a las autoridades. Y por último la guía tendrá preguntas cerradas que hagan énfasis al tema de investigación.

El guion de entrevista es el pilar fundamental de la entrevista. Aun cuando esté muy estructurado, esta guía permanece en las manos del encuestador (Baena, 2017).

2.5. Universo, Población y Muestra

Universo

Para la investigación el universo se considera diferentes turistas tanto nacionales como extranjeros interesados en el servicio de ferrocarril o que alguna vez usaron dicho atractivo turístico.

a) Población

Para la realización del trabajo de investigación se tomó en cuenta población tanto nacional como extranjera con edades superiores a 18 años y que se sienten atraídas por este tipo de atractivo turístico.

Según el PDOT de Riobamba (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial) nos menciona que el total de visitas realizadas por turistas nacionales y extranjeros es de 62.619 personas, de los cuales 55.666 son nacionales y 6.953 son extranjeros. Las cifras mencionadas de afluencia turística están comprendidas entre los meses de enero y abril del 2018.

b) Muestra

Para sacar el tamaño de la muestra se aplicará la siguiente formula:

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

n= Muestra (¿?)

p= probabilidad (0,5)

q= probabilidad negativa (0,5)

Z = nivel de confianza (0,95)

e= error de la muestra (0,05)

N = Población (92372)

$$\frac{92372 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{(0,05)(0,05) * (92372 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,84 * 92372 * 0,5 * 0,5}{230,92 + 0,96}$$

$$n == \frac{8867,12}{231,88}$$

$$n = 382,42$$

$$n = 382$$

2.6. Procesamiento de la Información

Para el procesamiento de información se utilizó la herramienta de Google Forms para aplicar las encuestas a los turistas nacionales e internacionales y previamente interpretar

cada respuesta obtenida. Además, para procesar la información de las encuestas en Google Forms, para de esta manera poder graficar la información de los resultados obtenidos de las preguntas de las encuestas. De ahí se procedió a la tabulación de los resultados tras la recolección de datos.

CAPÍTULO IV.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para la obtención de resultados se trabajó a través de dos instrumentos de recolección de datos que permita entender el tema de investigación, por un lado, la entrevista a los funcionarios relacionados con el ferrocarril y su funcionamiento debido a que los mismos conocen las problemas y causas relacionados al cierre del mismo y por otro lado a usuarios en general para conocer la demanda turística de dicho atractivo turístico.

3.1. Resultado del Objetivo 1

Identificar las causas que provocaron la paralización del sistema ferroviario en el cantón Riobamba

Con la finalidad de conocer las causas que provocaron la paralización del ferrocarril se realizó una entrevista destinada a los funcionarios relacionados con el atractivo turístico, con la finalidad de identificar los diferentes factores que provocaron el cierre del mismo. A continuación, se detallan los resultados obtenidos.

Interpretación

La entrevista se realizó a funcionarios del cantón Riobamba con el tema sobre las causas del cierre del ferrocarril donde, se tomó criterios del Ingeniero. Renato Dillon Director de Gestión Turística del cantón Riobamba y la Ingeniera Ely Samaniego Técnica de Turismo, los cuales brindaron información sobre los problemas de este ícono turístico de la ciudad.

Causas que determinaron el cierre del ferrocarril

- Las respuestas brindadas coinciden en que, el causal de mayor importancia es el relacionado a los altos costos de operación del ferrocarril, lo que provocó el incremento de todos los elementos parte de este atractivo turístico.
- Dentro de la estructura administrativa del ferrocarril tenía que destinarse valores económicos a las aportaciones patronales, lo que incrementaba de mayor manera el costo de funcionamiento del mismo.
- Las condiciones y características de la situación geográfica hacen que los costos de mantenimiento de las vías incrementaran, de la misma forma el pago a los funcionarios que se encargaban de las visas y su mantenimiento.

- La estructura administrativa del ferrocarril contaba con un número alto de funcionarios lo que incrementa el costo de funcionamiento de este atractivo turístico.
- El ferrocarril cuenta con un departamento destinado a la promoción de los servicios y a los aspectos relacionados al marketing, lo que sigue incrementando los costos de operación.
- Finalmente es evidente que los procesos administrativos y de gestión del ferrocarril contaba con falencias marcadas que fueron entre las principales causales del cierre del mismo.

Ventajas que se pudo observar cuando estuvo en funcionamiento el ferrocarril

- Cuando el ferrocarril estuvo en funcionamiento se logró un involucramiento de las comunidades por donde pasaba el tren ya que las mismas tuvieron una reactivación económica.
- Los servicios hoteleros de la ciudad de Riobamba y las comunidades tuvieron gran cantidad de turistas, de la misma forma el sector de la alimentación se benefició con un incremento en sus ventas.
- Otro aspecto beneficiado fue la creación de servicios de guianza inexistentes antes del ferrocarril.
- De la misma forma Riobamba, Calpi, mejoraron su infraestructura hotelera, restaurantes y demás servicios turísticos.
- Finalmente, el desarrollo de una identidad perdida en los ciudadanos de la provincia de Chimborazo, como es sentirse identificados con la actividad ferroviaria, es un beneficio intangible.

Afectación al turismo por el cierre del ferrocarril

- Afectación directa a 180 familias relacionadas al ferrocarril, sin mencionar a afectaciones indirectas por otro lado, la infraestructura hotelera de servicios tuvo una afectación fuerte, al cerrarse uno de los patrimonios turísticos de la ciudad.
- Menor número de afluencia de turistas a la ciudad y a los sectores cercanos a la misma.
- Disminución de la cartera de servicios turísticos que se ofrecen dentro de la ciudad, además el ferrocarril se consideraba el servicio estrella por parte de la ciudad.
- Pérdida de empleo de funcionarios parte de la empresa del ferrocarril.

Que deberían hacer las instituciones involucradas para se reactive este servicio

- Por un lado, las instituciones deberían buscar alternativas que busquen mantener los bienes parte del ferrocarril.
- Las instituciones están trabajando en estrategias de concesiones con empresas internacionales que se hagan cargo de la reactivación del ferrocarril.

La reactivación del ferrocarril fomentará la reactivación económica de la población.

- Es una respuesta evidente para que el funcionamiento del ferrocarril mejora la afluencia de turistas y por ende reactive la economía de los sectores involucrados al mismo.

Cuál sería su aporte como ente público para reactivar el ferrocarril en Riobamba

- Como institución estamos trabajando en brindar mantenimiento a los bienes y maquinarias parte del ferrocarril.
- De la misma forma se brinda mantenimiento a las instalaciones con la finalidad de que las mismas se mantengan.

3.2. Resultado del Objetivo 2

Objetivo 2: Realizar un diagnóstico de la situación actual del ferrocarril de la ciudad de Riobamba.

Con la finalidad de dar cumplimiento al objetivo 2 se procedió a utilizar la Matriz de Análisis FODA, misma que es un acrónimo de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, esta es una herramienta de análisis que se puede orientar a una situación, un individuo, un producto o una empresa, que se pretende analizar dentro de un contexto para entender la situación de forma más precisa en un momento dado.

Este proceso permite entender la situación actual del factor estudiado y ayuda a conocer los aspectos propios del mismo en ese momento, lo que brinda una idea clara a los investigadores sobre los factores particulares de la situación estudiada. A continuación, se presenta la Matriz FODA sobre el Ferrocarril de la ciudad de Riobamba.

Análisis FODA

Tabla 1

Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Existencia de recursos y bienes parte del ferrocarril.• El ferrocarril, sus bienes y servicios se encuentran en buen estado.• La infraestructura parte del ferrocarril se encuentra adecuadamente.• Los funcionarios relacionados con el ferrocarril tienen altos conocimientos sobre los procesos administrativos.• Autoridades comprometidas con la reactivación del ferrocarril	<ul style="list-style-type: none">• Gran demanda de turistas por acceder a este atractivo turístico en caso de rehabilitarse.• La reactivación del ferrocarril puede generar fuentes de empleo directas e indirectas.• Incremento en el número de visitantes a la ciudad y provincia.• Reactivación de los diferentes sectores dentro de la ciudad y los pueblos por donde pasa el ferrocarril.• Interés de la empresa privada en hacer concesiones para encargarse del servicio y su reactivación.• Instituciones gubernamentales comprometidas con el ferrocarril y su reactivación.• Suficientes atractivos turísticos dentro de la ruta para la reactivación del ferrocarril.

	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidades por donde pasaría el ferrocarril comprometidas con la reactivación del ferrocarril. • Infraestructura hotelera, restaurantes y demás servicios existentes dentro de la ciudad.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Estructura administrativa que manejaba el ferrocarril era muy extensa. • Costos de mantenimiento y administración de la actividad ferroviaria muy elevados. • Condiciones geográficas propias de la zona hacen que se eleve el mantenimiento de las vías. • Insuficiente sostenibilidad de los emprendimientos que giran alrededor del ferrocarril. • Inadecuadas estrategias de marketing en torno al ferrocarril. • No existe asignación de presupuesto por parte del estado a la reactivación de dicho atractivo turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> • No existen políticas gubernamentales ni locales que fomenten la reactivación del atractivo turístico. • Cierta nivel de desinterés en la atención al mejoramiento y mantenimiento de este patrimonio por parte de los distintos actores gubernamentales. • No existe un ente gubernamental que se empodere de la reactivación de dicho atractivo turístico.

Matriz EFI

Como parte del análisis FODA se puede hacer uso de la matriz EFI (Evaluación de factores internos), esta herramienta permite entender los aspectos que influyen de manera positiva o negativa dentro de un aspecto a analizarse, en este caso las fortalezas y debilidades sobre la reactivación del Ferrocarril, con esta herramienta se pueden aclarar aspectos internos sobre el factor analizado y así asumir estrategias adecuadas acorde al contexto del elemento investigado.

Tabla 2*Matriz EFI*

Factores Internos clave	Importancia ponderación	Clasificación evaluación	Valor
Fortalezas			
Existencia de recursos y bienes parte del ferrocarril.	0,1	4	0,4
El ferrocarril, sus bienes y servicios se encuentran en buen estado.	0,15	4	0,6
La infraestructura parte del ferrocarril se encuentra adecuadamente.	0,15	4	0,6
Los funcionarios relacionados con el ferrocarril tienen altos conocimientos sobre los procesos administrativos.	0,05	3	0,15
Autoridades comprometidas con la reactivación del ferrocarril	0,05	3	0,15
Debilidades			
Estructura administrativa que manejaba el ferrocarril era muy grande.	0,13	1	0,13
Costos de mantenimiento y administración de la actividad ferroviaria muy elevado.	0,12	2	0,24
Condiciones geográficas propias de la zona hacen que se eleve el mantenimiento de las vías.	0,05	2	0,1
Insuficiente sostenibilidad de los emprendimientos que giran alrededor del ferrocarril.	0,05	2	0,1
Inadecuadas estrategias de marketing en torno al ferrocarril.	0,05	2	0,1
No existe asignación de presupuesto por parte del estado a la reactivación de dicho atractivo turístico.	0,1	1	0,1
Total	1		2,57

Los resultados obtenidos en torno a la matriz EFI con relación a los factores internos presentan una puntuación de 2,57, es decir poseen una puntuación por encima de la media, lo denota que los aspectos relacionados al sistema ferroviario cuentan con un mayor nivel de fortalezas que debilidades, es decir hay mayor peso por parte de las fortalezas, lo que brinda indicios de aspectos positivos que puedan aportar a la reactivación del ferrocarril desde el punto de vista de los factores internos, estos resultados son positivos para la investigación.

Matriz EFE

Tabla 3

Matriz EFE

Factores Externos clave	Importancia ponderación	Clasificación evaluación	Valor
Oportunidades			
Gran demanda de turistas por acceder a este atractivo turístico en caso de rehabilitarse.	0,1	4	0,4
La reactivación del ferrocarril puede generar fuentes de empleo directas e indirectas.	0,1	4	0,4
Incremento en el número de visitantes a la ciudad y provincia.	0,05	3	0,15
Reactivación de los diferentes sectores dentro de la ciudad y los pueblos por donde pasa el ferrocarril.	0,05	3	0,15
Interés de la empresa privada en hacer concesiones para encargarse del servicio y su reactivación.	0,05	3	0,15
Instituciones gubernamentales comprometidas con el ferrocarril y su reactivación.	0,05	3	0,15
Suficientes atractivos turísticos dentro de la ruta para la reactivación del ferrocarril.	0,05	3	0,15
Comunidades por donde pasaría el ferrocarril comprometidas con la reactivación del ferrocarril.	0,05	3	0,15
Infraestructura hotelera, restaurantes y demás servicios existentes dentro de la ciudad	0,05	3	0,15
Amenazas			
No existen políticas gubernamentales ni locales que fomenten la reactivación del atractivo turístico.	0,2	1	0,2

Cierto nivel de desinterés en la atención al mejoramiento y mantenimiento de este patrimonio por parte de los distintos actores gubernamentales.	0,1	1	0,1
No existe un ente gubernamental que se empodere de la reactivación de dicho atractivo turístico.	0,2	1	0,2
Total	0,97		2,2

Los resultados obtenidos del análisis de la matriz EFE brindan un resultado de 2,2 lo que muestra que está por debajo de la media, denota que la reactivación del ferrocarril en referencia a los factores externos posee mayores dificultades es decir no se muestran las mejores condiciones sobre los factores externos.

Matriz FODA

A partir de la evaluación de factores internos y externos que pertenecen al sistema ferroviario de la ciudad de Riobamba es necesario llegar a la siguiente fase que se relaciona con el desarrollo de estrategias que se obtengan del análisis correspondiente a la institución, es así que se desarrolla la siguiente Matriz FODA que contempla las estrategias que permitan la reactivación del ferrocarril de Riobamba.

Tabla 4

Matriz FODA

FACTORES	FORTALEZAS	DEBILIDADES
INTERNO	<ol style="list-style-type: none"> Existencia de recursos y bienes parte del ferrocarril. El ferrocarril, sus bienes y servicios se encuentran en buen estado. La infraestructura parte del ferrocarril se encuentra adecuadamente. Los funcionarios relacionados con el ferrocarril tienen altos conocimientos sobre los procesos administrativos. Autoridades comprometidas con la reactivación del ferrocarril 	<ol style="list-style-type: none"> Estructura administrativa que manejaba el ferrocarril era muy grande. Costos de mantenimiento y administración de la actividad ferroviaria muy elevados. Condiciones geográficas propias de la zona hacen que se eleve el mantenimiento de las vías. Insuficiente sostenibilidad de los emprendimientos que giran alrededor del ferrocarril.

EXTERNO		<p>5. Inadecuadas estrategias de marketing en torno al ferrocarril.</p> <p>6. No existe asignación de presupuesto por parte del estado a la reactivación de dicho atractivo turístico.</p>
OPORTUNIDADES	FO	DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Gran demanda de turistas por acceder a este atractivo turístico en caso de rehabilitarse. 2. La reactivación del ferrocarril puede generar fuentes de empleo directas e indirectas. 3. Incremento en el número de visitantes a la ciudad y provincia. 4. Reactivación de los diferentes sectores dentro de la ciudad y los pueblos por donde pasa el ferrocarril. 5. Interés de la empresa privada en hacer concesiones para encargarse del servicio y su reactivación. 6. Instituciones gubernamentales comprometidas con el ferrocarril y su reactivación. 7. Suficientes atractivos turísticos dentro de la ruta para la reactivación del ferrocarril. 8. Comunidades por donde pasaría el ferrocarril comprometidas con la reactivación del ferrocarril. 9. Infraestructura hotelera, restaurantes y demás servicios existentes dentro de la ciudad. 	<p>Desarrollar estrategias de posicionamiento sobre los servicios que se brindaría a través del ferrocarril de la ciudad de Guaranda. (FO1, FO2, FO3, FO4, FO5, O1, O2, O3, O4)</p> <p>Diseñar estrategias de posicionamiento a través de mallas publicitarias. (FO1, FO2, FO3, FO4, FO5, O1, O2, O3, O4)</p> <p>Diseñar estrategias de posicionamiento a través de redes sociales. (FO1, FO2, FO3, FO4, FO5, O1, O2, O3, O4)</p> <p>Diseñar estrategias de posicionamiento a través de página web. (FO1, FO2, FO3, FO4, FO5, O1, O2, O3, O4)</p>	<p>Definir políticas de fortalecimiento y mejoramiento de las estrategias de marketing (D3, D4, D5, D6)</p>

AMENAZAS	FA	DA
<p>1. No existen políticas gubernamentales ni locales que fomenten la reactivación del atractivo turístico.</p> <p>2. Cierta nivel de desinterés en la atención al mejoramiento y mantenimiento de este patrimonio por parte de los distintos actores gubernamentales.</p> <p>3. No existe un ente gubernamental que se empodere de la reactivación de dicho atractivo turístico.</p>	<p>Desarrollar estrategias de participación dentro de la ciudad con la finalidad de llegar a un número mayor de turistas.</p> <p>(A3, FO1, FO2, FO3, FO4, FO4, FO5)</p>	<p>Diseñar estrategias de ventaja competitiva con la finalidad de lograr una reactivación del servicio del ferrocarril de la ciudad de Riobamba. (D4, D5, D6, A3, A4)</p>

3.3.Resultado del Objetivo 3

Con la finalidad de conocer la demanda turística para el ferrocarril en el cantón Riobamba, se procedió a realizar una encuesta a usuarios sobre sus necesidades y demandas turísticas sobre el uso del ferrocarril.

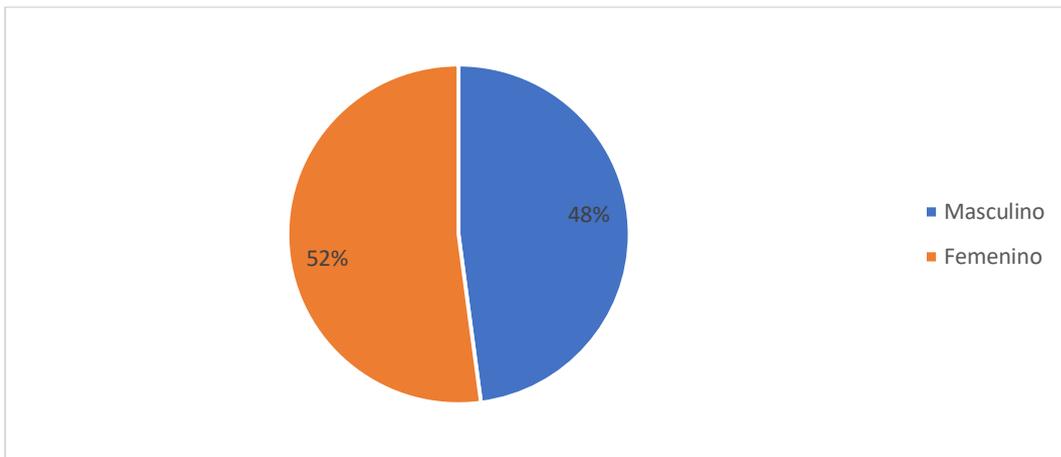
Tabla 5

Sexo de los encuestados

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	183	48%
Femenino	199	52%
Total	382	100%

Figura 2

Sexo de los encuestados



En base a los resultados obtenidos de los posibles clientes encuestados se observa que el 48% pertenece al sexo masculino y seguido de un 52% al sexo femenino, dichos resultados demuestran cierto porcentaje mayor de encuestados del sexo femenino, es decir se observa que a las mujeres son las que más les agrada este tipo de atractivo turístico.

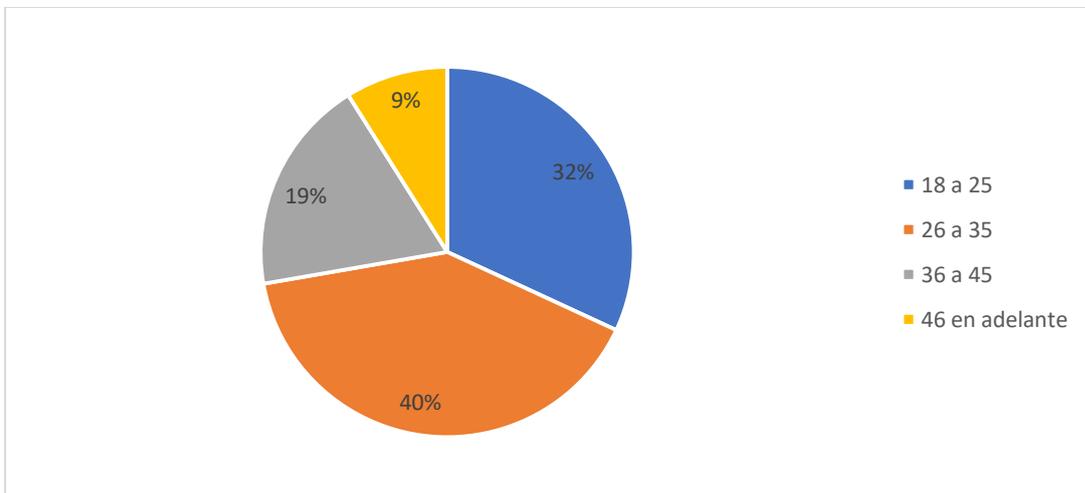
Tabla 6

Edad de los encuestados

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
18 a 25	122	32%
26 a 35	154	40%
36 a 45	72	19%
46 en adelante	34	9%
Total	382	100%

Figura 3

Edad de los encuestados



Los resultados demuestran que el mayor porcentaje de personas encuestadas se encuentran en rangos de entre 26 y 35 años en un total de 40%, dichos resultados demuestran que el ferrocarril puede tener una oportunidad de desarrollar un mercado potencial dentro de personas jóvenes, ya que entre estos rangos mencionados se concentra la mayoría de encuestados. Además, se debe desarrollar estrategias comunicacionales acorde a usuarios de estos rangos de edades y de acorde a sus necesidades y deseos.

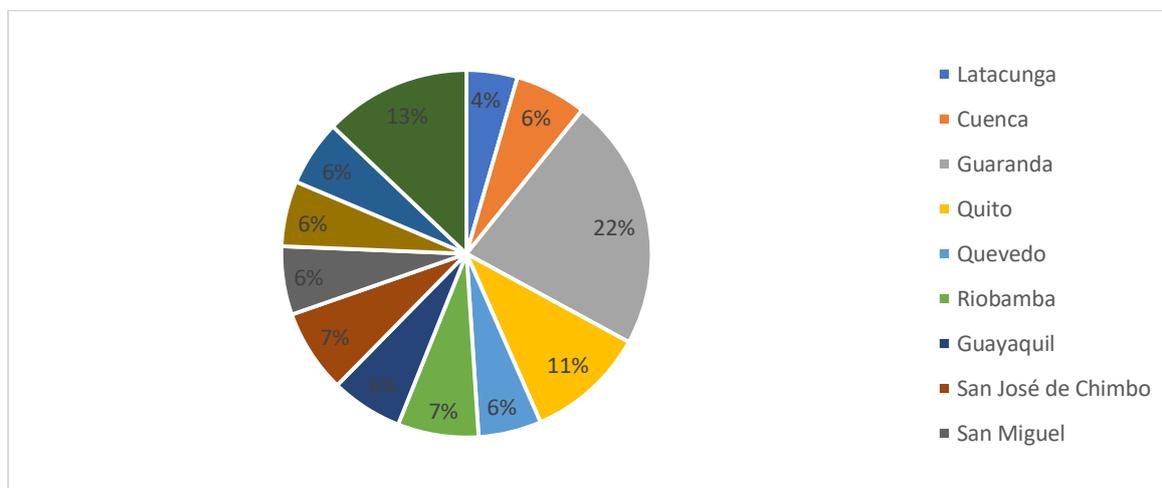
Tabla 7

Ciudad de los encuestados

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Latacunga	17	4%
Cuenca	24	6%
Guaranda	85	22%
Quito	40	11%
Quevedo	21	6%
Riobamba	27	7%
Guayaquil	24	6%
San José de Chimbo	28	7%
San Miguel	23	6%
Ambato	22	6%
España	22	6%
Otras	49	13%
Total	382	100%

Figura 4

Ciudad de los encuestados



Se observa que los encuestados se encuentran distribuidos en diferentes ciudades tanto de la región Sierra, Costa y Amazonía y en el exterior, por lo tanto, se refleja que existe un mayor porcentaje de encuestados pertenecientes a la ciudad de Guaranda con un 22%, seguido de Quito con un 11%, Guayaquil con 7%, Riobamba 7%, lo que denota que existe un interés claro por parte de encuestados de diferentes provincias del país. Las respuestas son buenas ya que se tiene acogida dentro de todo el país y por ende las estrategias deben abarcar a todo el territorio ecuatoriano y fuera del mismo.

¿Ha visitado el producto turístico denominado Ferrocarril del cantón Riobamba?

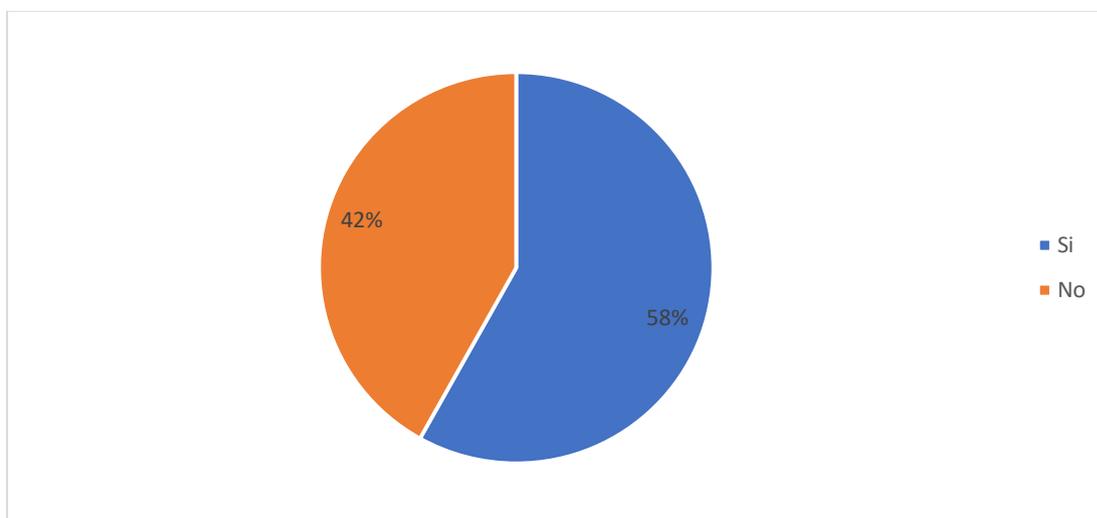
Tabla 8

Ha visitado el ferrocarril

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	222	58%
No	160	41%
Total	382	100%

Figura 5

Ha visitado el ferrocarril



Se observa que el 58% de los encuestados menciona que algún momento si han visitado el ferrocarril de la ciudad de Riobamba, mientras que el 42% que no, estos datos demuestran que el ferrocarril, en su momento fue un atractivo turístico muy visitado y llamativo para los turistas, sin embargo, dentro de dicha línea de tiempo perdió impacto o por múltiples factores se cerró. Los resultados evidencian que el ferrocarril cuando funcionó tenía mucho potencial y se mostraba como una opción importante dentro de los turistas nacionales y extranjeros.

¿Sabía UD que el ferrocarril en Riobamba se encuentra inhabilitado?

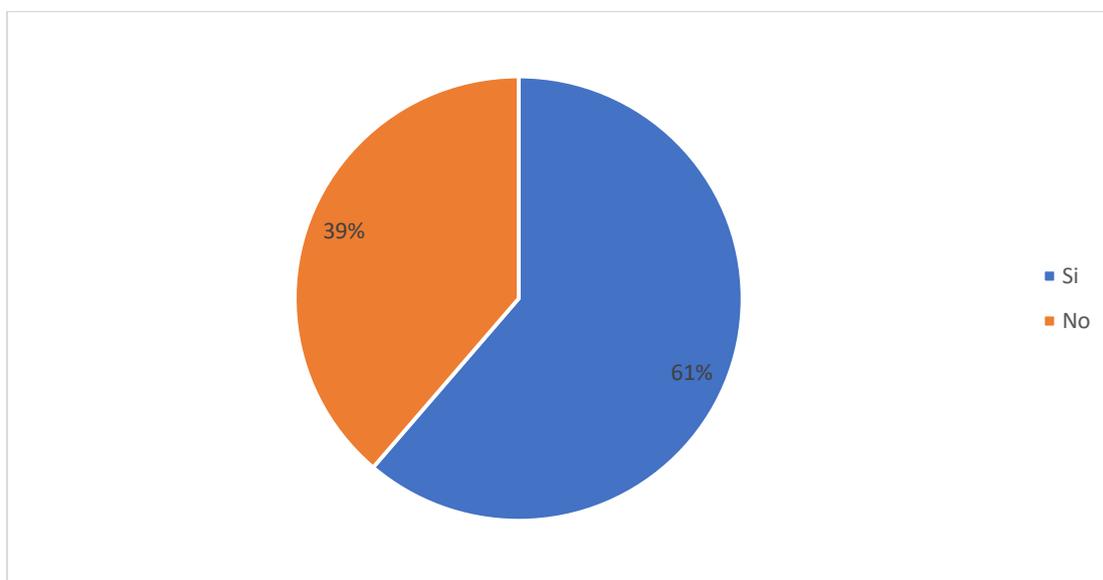
Tabla 9

Sabía que el ferrocarril en Riobamba se encuentra inhabilitado

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	234	61%
No	148	39%
Total	382	100%

Figura 6

Sabía que el ferrocarril en Riobamba se encuentra inhabilitado



Los encuestados en un 61% menciona que conocen que el ferrocarril ya no se encuentra en funcionamiento, frente a un 39% que mencionan desconocer, dichos resultados brindan indicios que lo encuestados en su mayoría conocen que dicho atractivo turístico ya no se encuentra activo. Además, las respuestas evidencian que los encuestados se encuentran pendientes del ferrocarril y su posible reactivación.

¿Usted está de acuerdo en que se reactive el sistema ferroviario del cantón Riobamba?

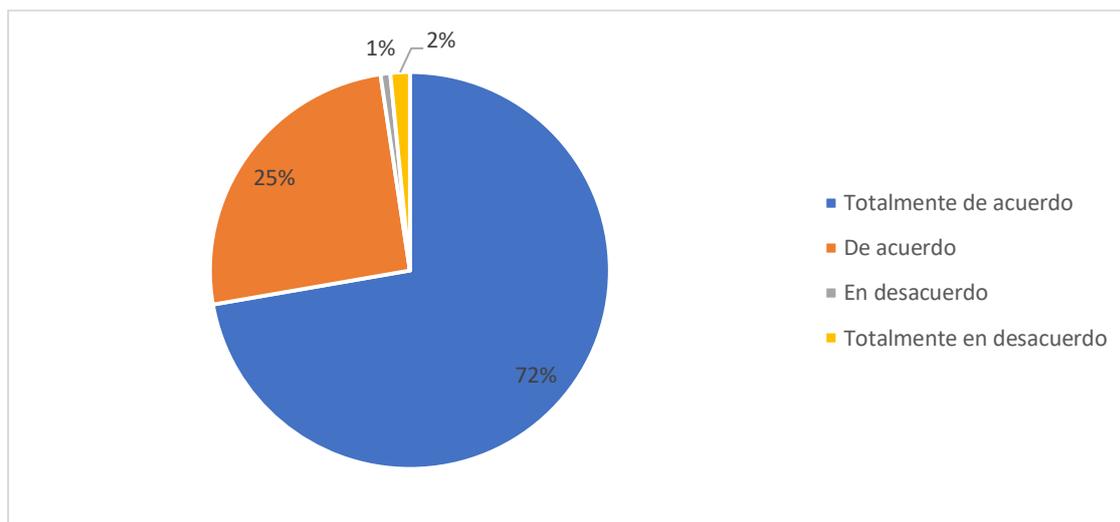
Tabla 10

Está de acuerdo en que se reactive el sistema ferroviario del cantón Riobamba

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	276	72%
De acuerdo	97	25%
En desacuerdo	3	1%
Totalmente en desacuerdo	6	2%
Total	382	100%

Figura 7

Está de acuerdo en que se reactive el sistema ferroviario del cantón Riobamba



Se observa que los resultados vertidos por los encuestados denotan el interés por parte de los mismos en que dicho atractivo turístico se reactive, se observa que el 72% están totalmente de acuerdo, el 25% está de acuerdo, estos resultados demuestran contundencia en los encuestados en el apoyo a la reactivación del ferrocarril. Dichas respuestas se tornan positivas para la investigación ya que se cuenta con un gran número de potenciales clientes de este atractivo turístico.

¿En el caso de haber visitado el ferrocarril en Riobamba, cómo fue su experiencia?

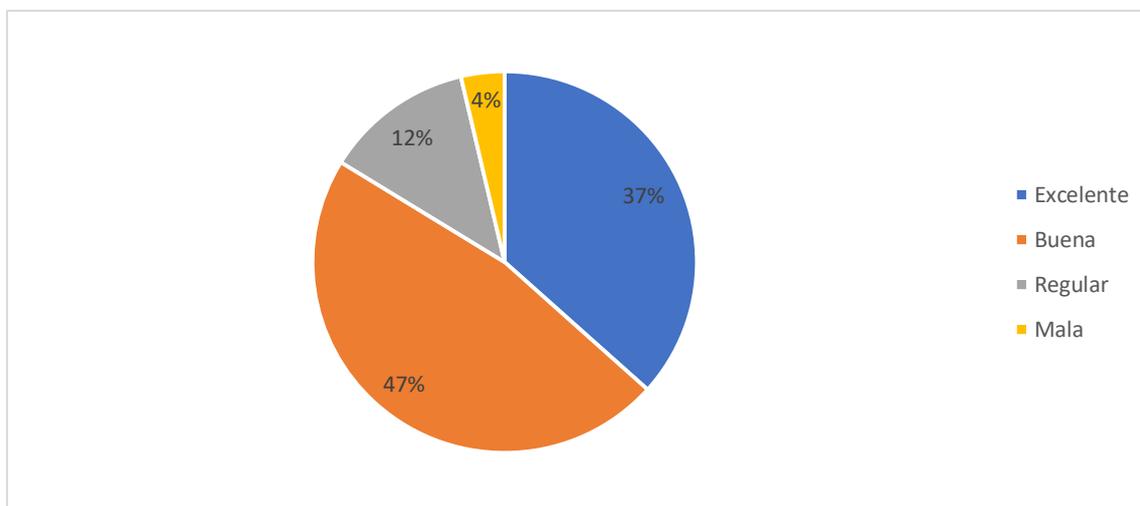
Tabla 11

En el caso de haber visitado el ferrocarril en Riobamba, cómo fue su experiencia

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	140	37%
Buena	180	47%
Regular	48	12%
Mala	14	4%
Total	382	100%

Figura 8

En el caso de haber visitado el ferrocarril en Riobamba, cómo fue su experiencia



Sobre la experiencia vivida por parte de los encuestados que han visitado el ferrocarril se traducen en que un 37% menciona que excelente, un 47% Buena, un 12% regular y un 4% mala, pese a que la mayoría de encuestados manifiestan respuestas positivas sobre el ferrocarril, existe un porcentaje de los mismos que mencionan experiencias negativas. Es decir, se debe abordar estrategias que permita mejorar las experiencias por parte de los visitantes con la finalidad de lograr mayores porcentajes de satisfacción en los encuestados y con esto brindar una mejor percepción de los turistas sobre el ferrocarril.

¿Le gustaría visitar este producto turístico (El ferrocarril)?

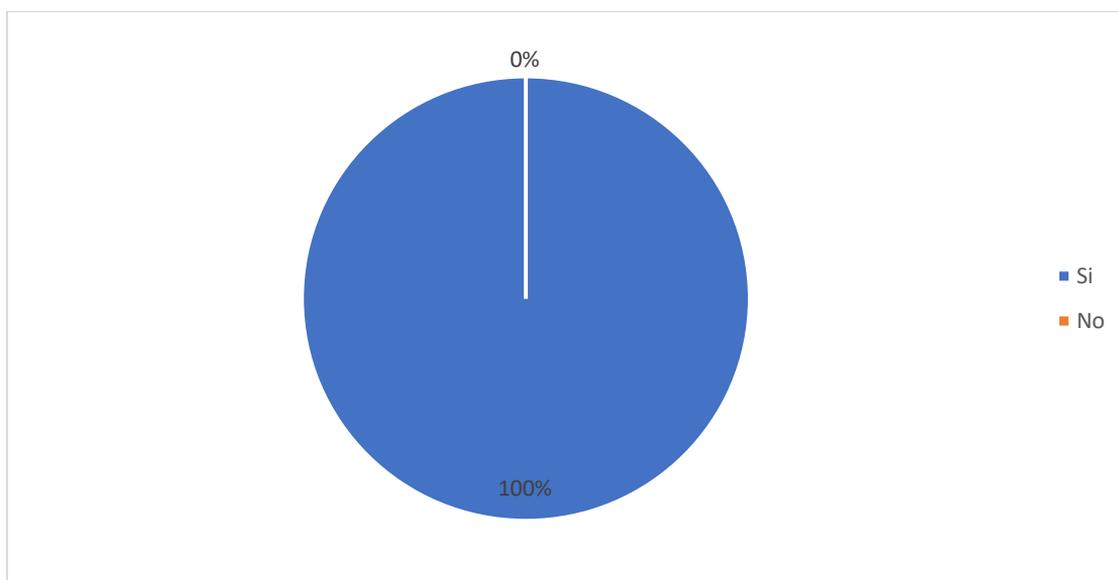
Tabla 12

Le gustaría visitar este producto turístico (El ferrocarril)?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	382	100%
No	0	0%
Total	382	100%

Figura 9

Le gustaría visitar este producto turístico (El ferrocarril)?



Los resultados demuestran que el 100% de los encuestados les gustaría visitar el producto turístico el ferrocarril, lo que demuestra que existe mucho interés por parte de los mismos en visitar este atractivo turístico si se activara. Estas respuestas ponen notoriedad de que el ferrocarril puede convertirse en un atractivo de excelencia y como las mejores opciones para turistas nacionales y extranjeros.

¿Si se reactiva el ferrocarril, qué servicios le gustaría que se implementen?

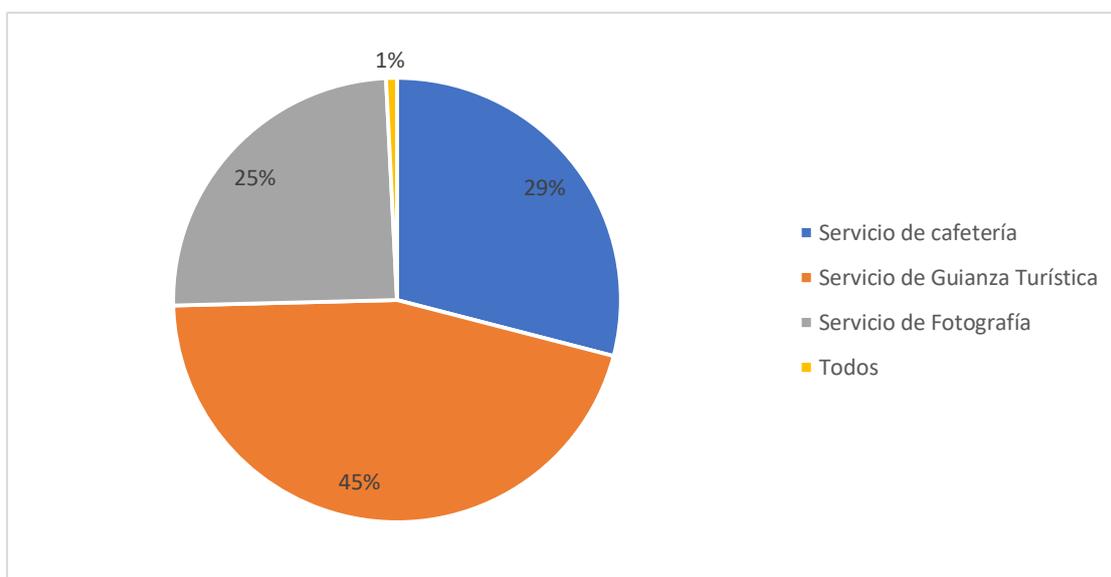
Tabla 13

Le gustaría visitar este producto turístico (El ferrocarril)?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Servicio de cafetería	111	29%
Servicio de Guianza Turística	174	45%
Servicio de Fotografía	94	25%
Todos	3	1%
Total	382	100%

Figura 10

Le gustaría visitar este producto turístico (El ferrocarril)?



Entre los servicios que resultarían atractivos para los encuestados dentro del ferrocarril se encuentran en primer lugar el servicio de guianza turística con un 45%, servicio de cafetería con un 29%, servicio de fotografía con un 25%, en este sentido dentro de la reactivación del ferrocarril se debe proponer la mejora constante en los servicios que se brindan con el ferrocarril, además estos servicios se pueden convertir en un elemento distintivo y clave a la hora de ofertar este producto turístico.

¿Si tuviera la oportunidad con qué frecuencia estaría dispuesto a visitar el ferrocarril?

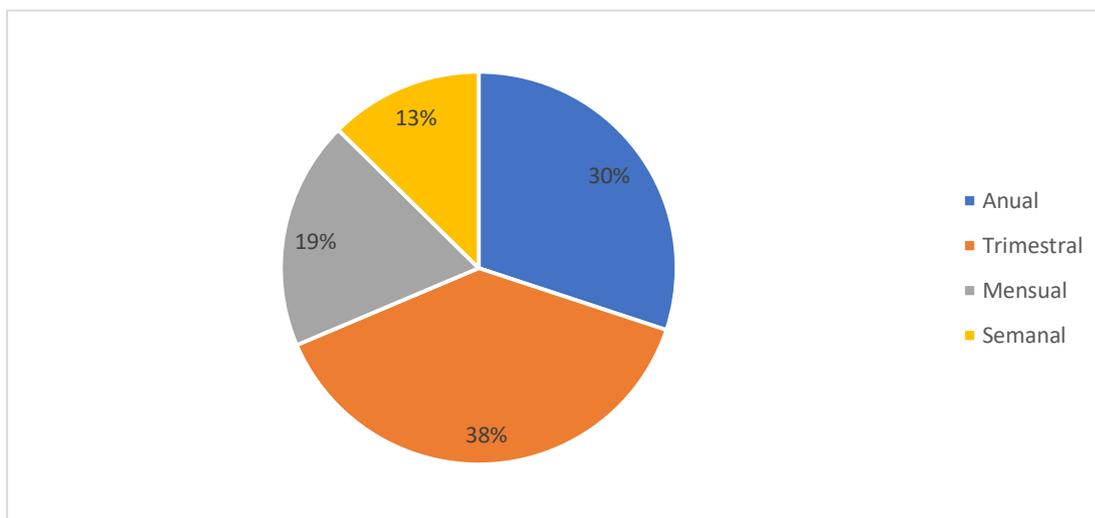
Tabla 14

Con qué frecuencia estaría dispuesto a visitar el ferrocarril

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Anual	115	30%
Trimestral	147	38%
Mensual	72	19%
Semanal	48	13%
Total	382	100%

Figura 11

Con qué frecuencia estaría dispuesto a visitar el ferrocarril



Los encuestados mencionan que la visita a dicho atractivo turístico sería trimestral con un 38%, anual con un 30%, mensual con un 19% y semanal con un 13%, es decir la mayoría de los encuestados se orienta por visitas trimestrales y anuales como las opciones de sus preferencias. Estos resultados denotan que se debe propender a que el servicio que se brinde a los turistas debe ser de calidad y desarrollar una imagen positiva sobre el ferrocarril.

En cuanto a redes sociales cuál es la que más utiliza Ud. Al momento de elegir un servicio.

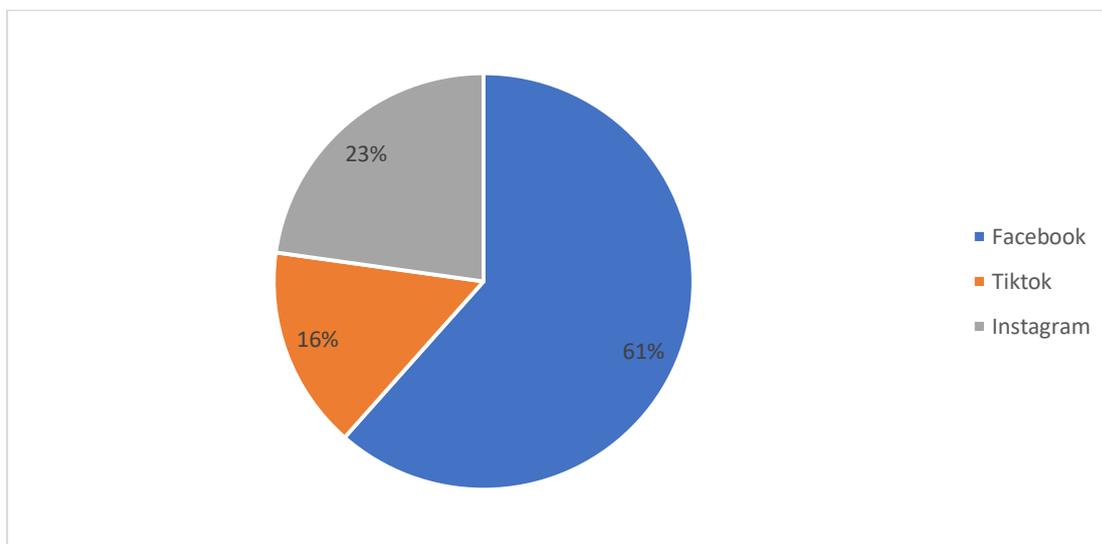
Tabla 15

Uso de redes sociales para elegir un servicio

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	235	62%
Tiktok	60	16%
Instagram	87	23%
Total	382	100%

Figura 12

Uso de redes sociales para elegir un servicio



SE observa que Facebook se ubica como la red social con mayor uso por parte de los encuestados, seguido de Instagram 23% y TikTok con un 16%, estos datos demuestran que la red social Facebook debe considerarse como la principal opción de promoción de dicho atractivo turístico, sin dejar de lado Instagram y TikTok para tener mayor alcance y la publicidad llegue a un mayor número de usuarios y posibles visitantes. Además, se debe analizar que estrategias comunicacionales se adaptan a cada red social.

Le gustaría recibir noticias, promociones y publicidad acerca del Ferrocarril del cantón Riobamba

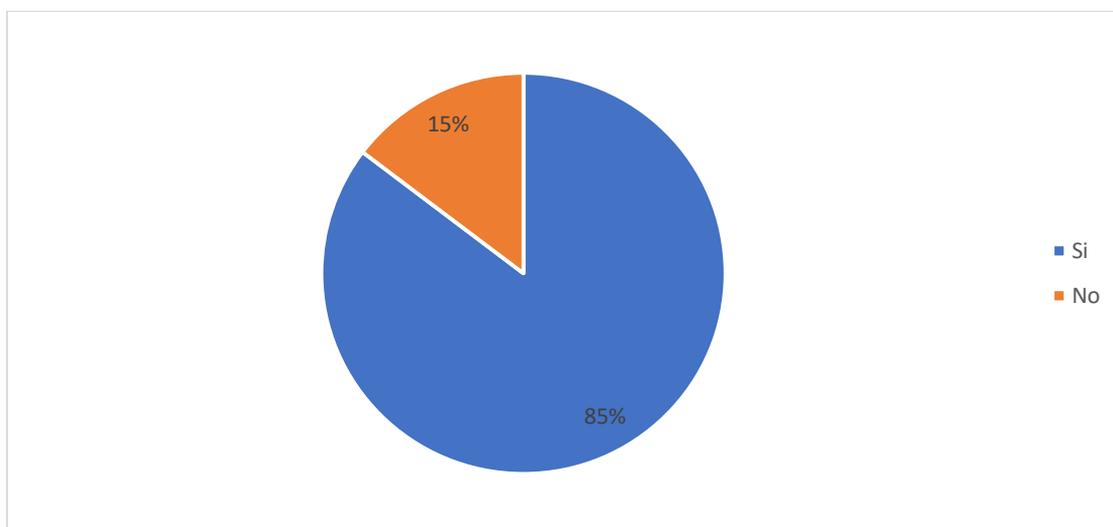
Tabla 16

Recibir noticias, promociones y publicidad acerca del Ferrocarril

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	326	85%
No	56	15%
Total	382	100%

Figura 13

Recibir noticias, promociones y publicidad acerca del Ferrocarril



Las respuestas del 85% de encuestados es positiva, frente al 15% que menciona una respuesta negativa, lo que demuestra que la mayoría de encuestados tienen interés en tener información sobre dicho atractivo turístico, además esta estrategia podría convertirse en una opción de difusión de información sobre el ferrocarril, así como promociones o eventos que los funcionarios y administradores de este atractivo turístico puedan usar como medio de difusión. Es importante destacar que a través de estos medios se puede tener informado a los visitantes recurrentes del ferrocarril sobre las novedades.

¿Considera Ud. que con la reactivación del ferrocarril ayudará a mejorar el nivel socioeconómico del cantón Riobamba?

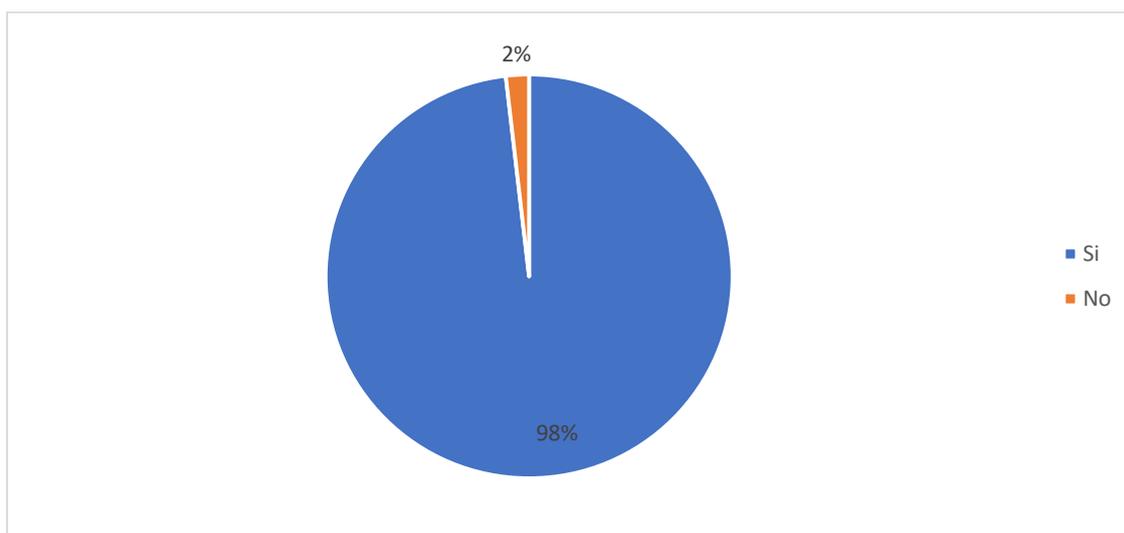
Tabla 17

Cree que la reactivación del ferrocarril ayudará a mejorar el nivel socioeconómico del cantón Riobamba

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	375	98%
No	7	2%
Total	382	100%

Figura 14

Cree que la reactivación del ferrocarril ayudará a mejorar el nivel socioeconómico del cantón Riobamba



La reactivación del ferrocarril podría convertirse en una forma de mejora de la economía de muchos ciudadanos de la ciudad de Riobamba, debido a que el mismo aporta al ingreso de turistas a la ciudad, a la reactivación de negocios de distinta índole, entre múltiples aportes que trae consigo la visita masiva de turistas, estos datos se relacionan con las respuestas vertidas por los encuestados que en un 98% afirma que sí.

¿Qué servicios de las que se menciona a continuación considera que puedan ser importantes para la reactivación del ferrocarril?

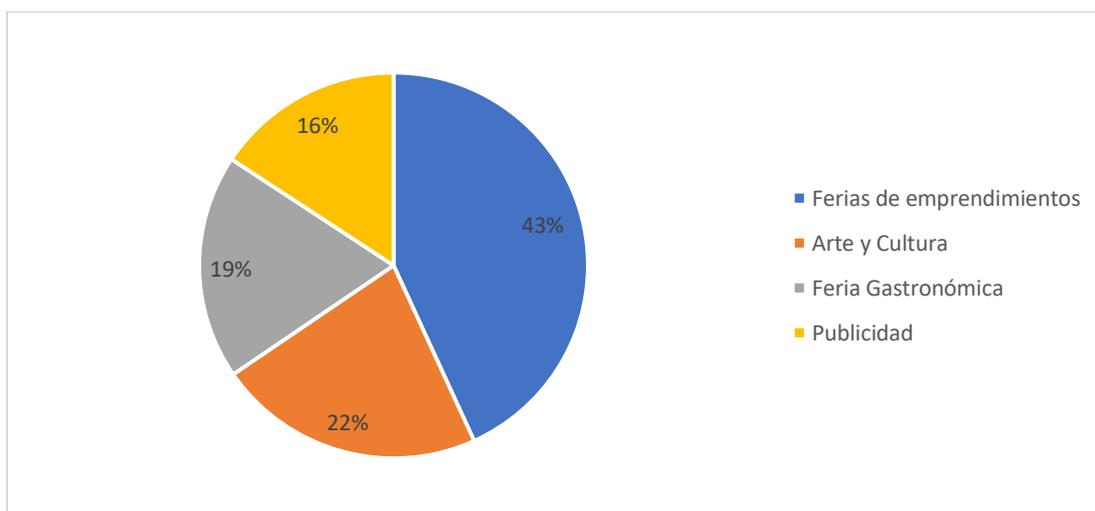
Tabla 18

Qué servicios de las que se menciona a continuación considera que puedan ser importantes para la reactivación del ferrocarril

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Ferias de emprendimientos	165	43%
Arte y Cultura	85	22%
Feria Gastronómica	72	19%
Publicidad	60	16%
Total	382	100%

Figura 15

Qué servicios de las que se menciona a continuación considera que puedan ser importantes para la reactivación del ferrocarril



Las respuestas por parte de los encuestados sobre los tipos de servicios para fomentar la reactivación del ferrocarril de Riobamba se encuentran las ferias de emprendimiento como la mejor opción con un 43%, sobre arte y cultura con un 22%, gastronomía un 19%, por lo que dichas estrategias podrían usarse de forma prioritaria para el fomento y la reactivación del ferrocarril. Es decir, analizar las ferias que desarrollan dentro de la ciudad, la provincia y el país sobre las actividades mencionadas para que se fomente por medio de las mismas el alcance a nuevos turistas de distintas partes del país.

¿Cuál sería el precio que estaría usted dispuesto a pagar por un tour en tren desde Riobamba a Huigra?

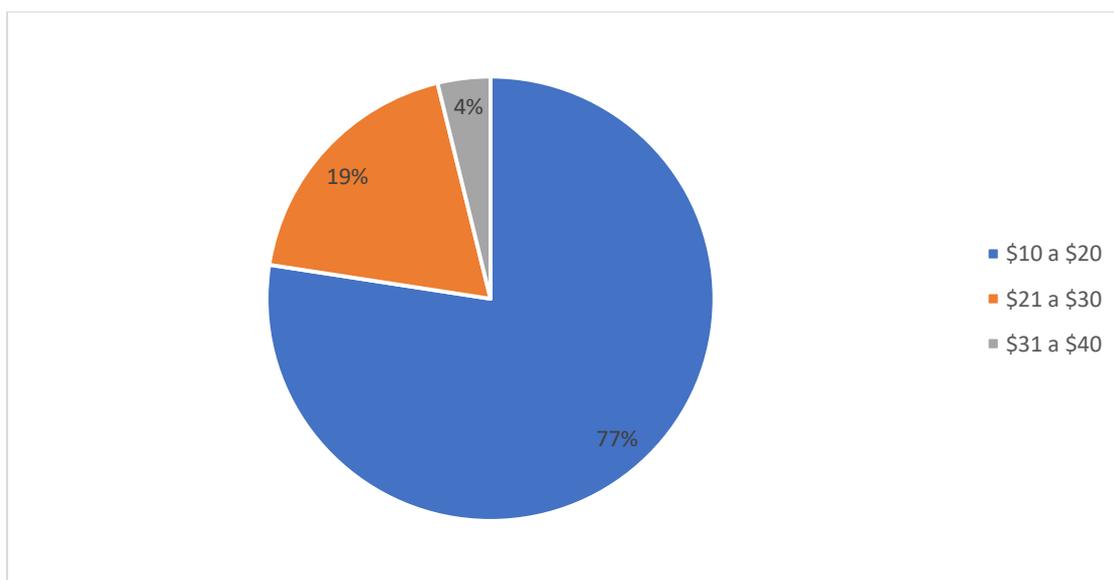
Tabla 19

Precio que estaría usted dispuesto a pagar por un tour en tren desde Riobamba a Huigra

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
\$10 a \$20	285	77%
\$21 a \$30	69	19%
\$31 a \$40	14	4%
Total	382	100%

Figura 16

Precio que estaría usted dispuesto a pagar por un tour en tren desde Riobamba a Huigra



Con referencia al precio que los encuestados estarían dispuestos a pagar por el uso de dicho atractivo turístico un 77% menciona que estaría dispuesto a pagar entre 10 y 20 dólares, esta respuesta es muy importante ya que determina que los valores que se deba proyectar dentro de este atractivo deben ser accesible y acorde a la economía de los encuestados, ya que por más calidad que tenga un servicio sino cuenta con precios atractivos muy difícilmente va a tener visita masiva de turistas.

¿Qué factores tomaría en cuenta usted para realizar el tour en el Ferrocarril?

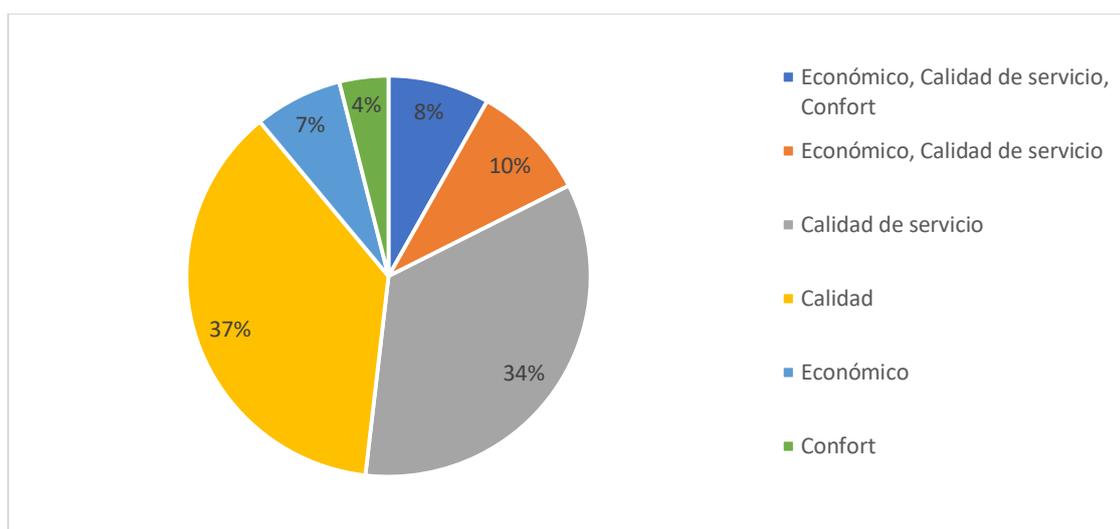
Tabla 20

Qué factores tomaría en cuenta usted para realizar el tour en el Ferrocarril

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Económico, Calidad de servicio, Confort	31	8%
Económico, Calidad de servicio	36	10%
Calidad de servicio	131	34%
Calidad	142	37%
Económico	27	7%
Confort	15	4%
Total	382	100%

Figura 17

Qué factores tomaría en cuenta usted para realizar el tour en el Ferrocarril



Dentro del análisis de distintos criterios sobre los que se basan los encuestados para usar el atractivo turístico de ferrocarril se encuentran como las principales cualidades del servicio y economía como los de mayor importancia, por lo que la propuesta de reactivación debe orientarse a brindar un servicio de calidad sin dejar de lado el aspecto económico, es decir que se encuentre acorde a la economía de los encuestados, este factor permite que el atractivo sea accesible a diferentes estratos económicos del país. Por ello el mayor porcentaje es de 37% que prefieren la calidad para realizar un tour en el ferrocarril.

CAPÍTULO V

4. PROPUESTA

Establecer estrategias comunicacionales viables para la reactivación del ferrocarril

4.1.INTRODUCCIÓN

La presente propuesta de investigación se enfoca en el desarrollo de estrategias comunicacionales que puedan ser viables hacia la reactivación del ferrocarril de la ciudad de Riobamba, debido a que el mismo se considera un ícono de la ciudad y del país, ya que por muchos años se consideró y constituyó como la columna vertebral de desarrollo económico, sociopolítico del país desde el año 1905 cuando se desarrolló su primer recorrido, uniendo a la región Sierra con la Costa, a partir de lo que la comunicación y el traslado de productos se realizó de una forma más rápida y eficiente por lo que fomento el crecimiento de pueblos y sectores por donde pasaba el mismo.

En este sentido el tren durante muchos años dejó de funcionar, sin embargo, la rehabilitación del tren en la provincia de Chimborazo no solo abrió las puertas al turismo nacional y extranjero, también generó fuentes de trabajo en poblaciones situadas en el trayecto, 25 años transcurrieron para que el sistema ferroviario se reactive, con el apoyo del gobierno nacional de turno, es así que en 2010 se inició con el tramo Sibambe-Alausí (Nariz del Diablo), en los 13 kilómetros se con inversiones altas. En 2011 desarrolló la reinauguración oficial a disposición de los turistas cuatro destinos: Alausí-Sibambe, Urbina-Huigra, Riobamba-Colta y Quito-Durán. Estos viajes se efectúan en tren, autoferro o en convoy o Tren Crucero.

Sin embargo, debido a múltiples problemas administrativos, exceso de personal y altos costos de mantenimiento, entre algunos de los problemas evidentes ocasionó que este atractivo turístico, ícono de la ciudad deje de funcionar, lo cual causó afectación directa a familias y a sectores comerciales, restaurantes, hoteles, comunidades que dependían del ferrocarril, de manera general un ralentización de la economía y el turismo de la ciudad de Riobamba y todas las comunidades que dependían del mismo.

En este sentido, la presente propuesta de investigación busca desarrollar estrategias comunicacionales que puedan de alguna forma aportar con alternativas que puedan ser viables para lograr una reactivación de este ícono de la ciudad, aunque dicho atractivo turístico depende del comprometimiento de las autoridades de turno de destinar recursos

para que la reactivación se convierta en una realidad, es necesario brindar alternativas comunicacionales que puedan mejorar la visión de dicho atractivo y llegar a un gran número de turistas que desean acceder al atractivo turístico.

4.2.DESARROLLO

Los resultados obtenidos tanto de la investigación cualitativa como cuantitativa demuestran datos interesantes como, el rango de edad de los posibles turistas interesados en la reactivación del ferrocarril de la ciudad de Riobamba, se encuentra en rangos de edad de entre 26 y 35 años como los más numerosos y de manera seguida con rangos entre 18 y 25 años. De igual manera los turistas con mayor interés en dicho atractivo turístico pertenecen a las ciudades de Guaranda, Quito, Riobamba, Cuenca, Quevedo, Ambato como ciudades con mayor interés en el ferrocarril.

En este sentido los usuarios encuestados casi en su mayoría se encuentran de acuerdo en que se debería realizar las acciones correspondientes por parte de las instancias encargadas de rehabilitar el ferrocarril, de tal forma que se logre que este atractivo turístico entre nuevamente en funcionamiento y de forma directa e indirecta reactive la economía de los sectores aledaños al mismo.

De la misma forma a partir de los datos obtenidos del análisis de la Matriz FODA se puede establecer las siguientes estrategias que permita dar solución a las diferentes falencias y problemáticas determinadas.

Estrategias de posicionamiento

Con las estrategias de posicionamiento se busca influir en la percepción que tienen los posibles consumidores del servicio de operaciones ferroviarias de la ciudad de Riobamba, en este sentido las estrategias buscan que dentro del conocimiento de los posibles clientes se encuentre este servicio como la primera opción a la hora de escoger una atracción turística.

- Posicionamiento por recuerdo de imagen de marca, es decir cómo se construye en la mente del consumidor la relación entre una marca y los atributos de su producto, en este sentido es necesario que la marca se instale en la mente de los posibles consumidores del servicio.
- Posicionamiento por valor o precio: en este sentido las respuestas vertidas por los usuarios encuestados se observan que la gran mayoría coinciden en que los precios del servicio del ferrocarril deben estar entre los rangos de 10 a 20 dólares

americanos, este factor logra que se llegue a un mayor número de posibles turistas debido a que los precios son accesibles hacia diferentes tipos de economías.

- Posicionamiento por beneficios: Cada ruta puede ofrecer más beneficios, los mismos que deben ser atractivos, resaltando los atributos más importantes encontrados en la ruta como la interacción del turista con el hábitat de los sitios donde hace parada el tren, una vez que llegue a la estación respectiva, así como un servicio personalizado por parte de los funcionarios encargados de este servicio.

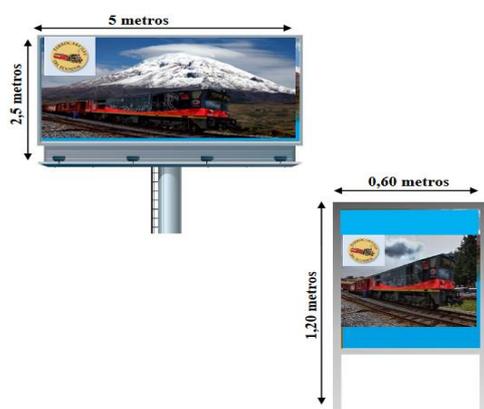
Para lograr el posicionamiento de la empresa y la reactivación del ferrocarril y sus servicios es necesario lograr llegar a un mayor número de usuarios, este objetivo se puede lograr a implementar vallas publicitarias de forma estratégica en lugares que sea visibles para la mayor cantidad de usuarios y en ciudades que muestren predisposición en usar el servicio de los ferrocarriles.

Posicionamiento a través de vallas publicitarias

Las vallas publicitarias a implementarse en sectores estratégicos del país deben poseer características que las haga llamativas y vistosas para todo tipo de usuarios de rangos etarios diferentes con la finalidad de que visualmente se instale en la mente de los usuarios. Los modelos de vallas publicitarias se han desarrollado bajo dos perspectivas la valla con dimensiones de 5 m x 2,5 m, desarrollada para sectores exteriores cercanos a lugares y a vías principales, y el segundo modelo de vallas de 0,60 m x 1,20 m desarrollada para ser instalada en sectores dentro de las ciudades como plazas y parques centrales.

Figura 18

Modelo de vallas publicitarias



Elaborado por: Las autoras

Posicionamiento a través de redes sociales

Las respuestas brindadas por parte de los usuarios encuestados demuestran que existe cierta preferencia por el uso de redes sociales como lo son: Facebook, Instagram y Twitter por lo que las estrategias se orientaran a dichas redes sociales, al ser las de mayor uso y preferencia por parte de los usuarios.

- Los resultados obtenidos de los encuestados demostraron que los rangos de edad de las personas interesadas en estos servicios van desde los 18 años hasta los 35 años como los más numerosos, por lo que dentro de las redes sociales se debe fijar a estos rangos etarios como los de preferencia. En este sentido las Facebook, Instagram y Twitter, ofrecen un reporte gratuito con información valiosa sobre las personas que interactúan con tu marca en línea, incluso si aún no son tus clientes, además dichas redes sociales permiten realizar una sectorización de usuarios por diferentes factores como la edad, por lo que podría ser una estrategia adecuada a ser aplicada.
- Presentar el contenido en nuevos formatos, con la finalidad de llegar de una forma visual atractiva y diferente es necesario brindar el contenido a través de nuevos formatos que logren cautivar a los usuarios, por lo que se recomienda presentar elementos visuales como: Videos 360°, Live photos, realidad virtual como elementos diferenciadores, además, se puede interactuar a través de historias, ya que este elemento se caracteriza por ser llamativo para los usuarios.
- Las redes sociales permiten con sus múltiples servicios para determinar audiencias similares y es una gran aliada para encontrar nuevos clientes. La plataforma se basa en las características de tu audiencia objetivo (los clientes con los que ya has interactuado) para determinar las audiencias, ya que se considera que les podría interesar y atraer el mismo tipo de atractivos turísticos.
- Otro factor clave es que el marketing digital y las redes sociales es un espacio en constante evolución, así que es esencial mantenerse a la vanguardia de todo lo que está ocurriendo en este microcosmos.
- De la misma forma es necesario que la campaña publicitaria se desarrolle de forma integral, es decir que se promocióne al servicio ferroviario a través de distintas redes sociales de manera conjunta para llegar a un mayor número de usuarios, debido a que ciertos usuarios tienen tendencia a usar una red social de forma

específica por lo que, si se realiza una campaña a través de diferentes redes sociales se tendrá un mayor alcance.

- Establecer frecuencia y horarios de promoción de los contenidos publicitarios a través de redes sociales, es decir establecer las horas específicas del día y con qué frecuencia se realizará la promoción del servicio de ferrocarriles, las horas establecidas para la promoción es en horarios de comida y en la noche, ya que en estos horarios los usuarios usan las redes sociales con mayor frecuencia.
- Dentro de las redes sociales es necesario que se brinde la mayor cantidad de información como horarios, tipos de servicios, costos que permita que los seguidores dentro de estas redes puedan encontrarse informados sobre el servicio ferroviario.
- Los usuarios en muchos de los casos buscan realizar preguntas ante dudas o inquietudes a través de redes sociales, por lo que el nivel de respuesta de los encargados de las redes sociales debe ser lo más rápida y clara posible.

Posicionamiento a través de la página web

Para la reactivación del atractivo turístico del ferrocarril de Riobamba es necesario que se diseñe una página web atractiva y llamativa que brinde toda la información del servicio turístico que se pretenda brindar dentro del ferrocarril de la ciudad de Riobamba, en este sentido la página va a tener las siguientes características:

- Capacidad de autogestión fácil, intuitiva y simple: debe desarrollarse una página web simple y fácil de actualizar y manejar con la finalidad de que se esté actualizando en cuanto a los contenidos y promociones de forma constante.
- Páginas web adaptativas / Responsive design: esta es una característica al igual que la anterior muy importante, ya que los usuarios en la actualidad acceden a un sitio desde diferentes dispositivos móviles, por lo que dicha página debe adaptarse a cada uno de ellos de una forma agradable y que visualmente se presente de forma clara a los usuarios.
- Velocidad de carga óptima: este es uno de los problemas que hace que un usuario se desanime de acceder a una página web ya que, al demorarse en cargar de forma rápida la página muchos dejan de esperar y van hacia otro sitio, en este sentido es importante priorizar la velocidad de respuesta.
- SEO, se trata del Search Engine Optimization, es una estrategia de optimización y ubicación de una página web en los primeros sitios dentro de los buscadores

más famosos como Google, Yahoo, Bing, entre otros con la finalidad de siempre estar visibles para los usuarios que busquen temas relacionados a los que contiene la página web.

- Buena usabilidad y organización: es importante darle el control absoluto y facilita la navegación al usuario para que se sienta cómodo, debido a esto los usuarios se sienten cómodos y acceden a la información de una forma intuitiva y fácil de usar.
- Página de contacto o elementos de interacción visibles: es necesario que dentro de la página web debe haber opciones de contacto para los usuarios con la finalidad de que los mismos puedan obtener información sobre los servicios ferroviarios de una forma rápida y fácil.
- Un diseño adaptado al estilo corporativo: la página web debe brindar un diseño llamativo y muy agradable para que el impacto visual al usuario que accede a la misma le brinde una empresa sobria de calidad y con excelencia visual.
- Contenidos en constante actualización: una característica de vital importancia es que los contenidos dentro de la página web debe estar constantemente actualizados con la finalidad de que los usuarios que accedan a conocer sobre el servicio ferroviario encuentren información actualizada, asimismo en el caso de haber promocione debería estar publicados dentro del sitio web.

Imagen 2. Página web desarrollada para el ferrocarril



Fuente: Carvajal & Fajardo (2022)

Estrategias de participación

La estrategia de participación consiste en desarrollar un producto llamativo y con precios y beneficios que lo difieran de servicios que hayan brindado de forma anterior con la finalidad que dichos servicios se establezcan dentro de la mente de los consumidores y posibles usuarios que se beneficien de dicho servicio y que lo vean como un servicio llamativo, de calidad y accesible.

Mejorar la percepción de la imagen institucional mediante interacción directa con los usuarios

Para mejorar la participación del servicio ferroviario y la inclusión en la mente de los posibles usuarios es necesario que se desarrollen estrategias donde se promocióne los servicios por lo que es necesario tener participación en:

- Introducir la imagen de la empresa de ferrocarriles en ferias locales y provinciales.
- Entregar material impreso en ferias de distinta índole donde se promocióne los productos del ferrocarril y sus servicios.
- Optimizar la publicidad para cada ruta que ofrece Ferrocarriles del Ecuador con el respaldo del Ministerio de Turismo, con la participación en eventos de toda índole donde se puedan llegar a usuarios con la información de los servicios brindados.
- Desarrollar cronogramas de eventos en donde se plantea participar para promocionar los servicios brindados dentro del sistema ferroviario.
- Brindar promociones y descuentos dentro de las ferias con la finalidad de llegar a un mayor número de usuarios.
- Publicitar cronogramas y fechas fijas donde se establezcan descuentos por la prestación de los servicios ferroviarios.
- Realizar un base de datos de posibles clientes dentro de los eventos donde participe la empresa con la finalidad enviarles información relevante en torno a nuevos servicios y promociones que se piensen desarrollar sobre los servicios ferroviarios.
- Establecer descuentos por frecuencia de compra: este se dará a usuarios que adquieran los productos de Ferrocarriles más de una vez, con la finalidad de fidelizar a los clientes frecuentes.

- Descuentos por compra en cantidad de boletos comprados o usuarios que compren en grupo con la finalidad de generar ventas de forma masiva.
- Establecer temporadas para el descuento con la finalidad de llegar a tener mayor número de usuarios que quieran los servicios ferroviarios.

Las respuestas brindadas por los encuestados evidencian que una de las formas de fomentar la reactivación del ferrocarril es en la participación en ferias de distinta índole, dentro de la ciudad y provincia, por lo que se establece un cronograma de difusión sobre el ferrocarril y sus servicios.

Tabla 21

Cronograma de ferias propuestas para promocionar la reactivación del ferrocarril

Tipo de feria	Encargado	Cronograma											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Feria de emprendimiento	Funcionarios de turismo de la ciudad		■				■			■			■
Feria de Arte	Funcionarios de turismo de la ciudad	■						■				■	
Feria gastronómica	Funcionarios de turismo de la ciudad			■					■				■

Estrategia de ventaja competitiva

Dentro de las estrategias que se deben considerar para tener una ventaja competitiva es lograr satisfacer a los clientes y sus necesidades con precios cómodos, con la idea de brindar servicios de calidad, con valores accesibles a la economía de los clientes, de igual manera los convenios y usos de los sitios de alojamiento, entretenimiento, alimentación que son parte de la cadena del servicio a brindar sean con excelente calidad en la atención. De la misma forma a través de convenios se puede favorecer servicios completos con acceso a diferentes tipos de beneficios y descuentos.

Diseñar nuevos productos turísticos

Con la finalidad de desarrollar una ventaja competitiva es necesario desarrollar nuevas rutas y productos turísticos que se adapten a las necesidades de los posibles consumidores del sistema ferroviario de la ciudad de Riobamba, para lo cual es necesario:

- Identificar las rutas que ofrecía la empresa Ferrocarriles del Ecuador en el momento cuando se encontraba en funcionamiento.
- Analizar qué rutas adicionales a las que existían en su momento se podrían proponer que sean flexibles y se adapten a las necesidades de los usuarios.
- Determinar qué rutas de las que existían no tenían demanda para tomar en cuenta las mismas dentro de la nueva oferta.
- Identificar productos complementarios para la ruta del tren que puedan dar un valor agregado a los servicios brindados.
- Diseñar valores agregados como mejor asesoría dentro de la guianza a los usuarios que quieran usar el ferrocarril.
- Proponer rutas con servicios adicionales, como alimentación, hospedaje, acceso a servicios complementarios, así como proponer rutas económicas que cuenten sólo con ciertos servicios.
- Brindar la posibilidad a los usuarios que puedan escoger servicios complementarios de una gama puesta a su disposición de los cuales pueda escoger según sus expectativas.
- Brindar diversidad de horarios acorde a las necesidades de los posibles clientes que les permita contar con un sinnúmero de alternativas que se adapte a sus necesidades.

Diseñar nuevos productos turísticos que se enfoquen a la clase media y media-baja

Uno de los factores que dificultan los servicios turísticos brindados por el sistema ferroviario de la ciudad de Riobamba eran los altos costos de los mismos, por lo que personas con condiciones económicas medias o bajas tenían dificultad de acceder a estos servicios turísticos por los altos costos de los mismos. En este sentido es necesario brindar un servicio más económico acorde a las condiciones de un mayor número de personas.

Con la finalidad de reducir costos se puede proponer opciones como:

- Establecer rutas cortas de un solo día.
- Brindar el servicio del tren más no de aspectos adicionales.
- Proponer viajes en grupo con la finalidad de abaratar costos.
- Realizar convenios con instituciones o comunidades para que presenten costos más accesibles.
- Ofrecer servicios de alojamiento de entre tres y dos estrellas para abaratar costos.
- Brindar la posibilidad al usuario de escoger solo ciertos servicios y otros no.

Tabla 22

Cronograma de estrategias

Estrategia	Encargado	Presupuesto	Cronograma anual 2022													
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
Desarrollar estrategias de posicionamiento sobre los servicios que se brindaría a través del ferrocarril de la ciudad de Riobamba	Investigadoras Funcionarios de la Dirección de Turismo	\$ 300.00														
Diseñar estrategias de posicionamiento a través de mallas publicitarias	Investigadoras Funcionarios de la Dirección de Turismo	\$ 1000.00														
Diseñar estrategias de posicionamiento a través de redes sociales.	Investigadoras Funcionarios de la Dirección de Turismo	\$ 200.00														
Diseñar estrategias de posicionamiento a través de página web.	Investigadoras	\$ 400.00														

	Funcionarios de la Dirección de Turismo													
Desarrollar estrategias de participación dentro de la ciudad con la finalidad de llegar a un número mayor de turistas.	Investigadoras Funcionarios de la Dirección de Turismo	\$ 300.00												
Diseñar estrategias de ventaja competitiva con la finalidad de lograr una reactivación del servicio del ferrocarril de la ciudad de Riobamba.	Investigadoras Funcionarios de la Dirección de Turismo	\$ 400.00												
		\$ 2600.00												

Fuente: Carvajal & Fajardo (2022)

CONCLUSIONES

Posterior al desarrollo de la investigación sobre la reactivación del ferrocarril de la ciudad de Riobamba, se llegó a las siguientes conclusiones:

- El Ferrocarril pese a ser una de los símbolos e iconos turísticos y emblemáticos de la ciudad de Riobamba se inhabilitó debido a múltiples factores y causas, de los cuales los más importantes se relacionan con el costo elevado para el mantenimiento y las operaciones ferroviarias, hasta cierto punto inadecuada administración dentro del ferrocarril de Riobamba, exceso de personal, aportaciones patronales que incrementaban los costos de operación. De la misma forma las condiciones propias de la geografía del país hacían que los costos de mantenimiento de la vía y los equipos sea alta, cada uno de estos factores provocaba que los costos finales de los servicios sean relativamente altos.
- El ferrocarril en la actualidad no se encuentra en funcionamiento, pero, gracias al apoyo de distintas instituciones como la Dirección de Turismo de Riobamba, su maquinaria, equipos y bienes inmuebles se encuentran en buenas condiciones, este factor es importante ya que se vienen desarrollando estrategias que permitan procesos de concesión con empresas privadas para que este ícono turístico y representativo de la ciudad se reactive.
- El cese del ferrocarril ocasionó de manera general una baja considerable de turistas a la ciudad y a los sectores que se beneficiaban del mismo, lo que afectó de manera directa a 180 familias, así como de forma indirecta a la ralentización de la economía de la ciudad que perdió su ícono turístico, los sectores de mayor afectación son hospedaje, guías turísticas, comercio, comida, entre otros.
- Los ciudadanos en general tienen gran interés en que el sistema ferroviario se reactive, debido a que es un atractivo turístico diferente, agradable, que permite disfrutar y conocer la diversidad de flora, fauna, y cultura con la que cuenta. Además, existe gran interés de personas de ciudades como Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato, Guaranda, Riobamba, Quevedo, entre otras, que quisieran disfrutar de este servicio turístico, las edades de las personas interesadas en el servicio se encuentran entre los 18 y 36 años en mayor número. Por otro lado, los aspectos que los ciudadanos tomarían en cuenta es que el costo sea accesible, los servicios sean variados y de calidad, exista diversidad de productos y paquetes turísticos acorde a las condiciones de los ciudadanos.

- Se diseñó una propuesta de investigación basada en algunas estrategias desarrolladas a partir del análisis inicial de los factores que provocaron el cierre del ferrocarril, así como del análisis FODA que permitió entender las condiciones actuales del sistema ferroviario, tanto de sus fortalezas y oportunidades como de sus debilidades y amenazas, con la finalidad de que las estrategias comunicacionales se adapten a las condiciones propias del entorno y el sistema ferroviario.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a las autoridades de turno desarrollar estrategias y convenios interinstitucionales, tanto con la empresa pública como privada que permita desarrollar alianzas estratégicas hacia la reactivación del ferrocarril ícono y emblema turístico de la ciudad y la provincia.
- Se recomienda que las autoridades, en este caso el Municipio de Riobamba y su Dirección de Turismo, realizar un monitoreo y mantenimiento constante de los equipos y bienes parte del sistema ferroviario para que las condiciones de los mismos no se deterioren y ocasione la muerte de la vida útil de estos bienes tan importantes, hasta que alguna empresa a través de concesión se encargue del cuidado de estos bienes.
- Es necesario que estos convenios y empoderamiento de las instituciones públicas logren una reactivación del sistema ferroviario ya que este de manera directa formaba parte integral de la economía de 180 familias y de forma indirecta de muchas más, con lo cual la economía de la ciudad se beneficiaría, además se retomaría el ferrocarril más representativo de la ciudad.
- Se recomienda asumir la propuesta desarrollada dentro de la presente investigación con la finalidad de tener a la mano estrategias comunicacionales acorde al contexto del problema suscitado en torno al ferrocarril, y que permita de alguna forma llegar a un mayor número de usuarios interesados en este servicio, así como brindar alternativas acordes a la economía de las distintas familias que desean usar el sistema ferroviario del cantón Riobamba.

BIBLIOGRAFÍA

- Akbulut, G., & Artvinli, E. (2011). *Effects of Turkish railway museums on cultural tourism*. 19, 131–138. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.05.115>
- Alliende, M. P. (2006). Historia del Ferrocarril en Chile. *Revista Del Instituto de Etnología de La Universidad Nacional de Tucumán*, I, pp.7. <http://www.pehueneditores.com/LIBROS PDF/historia/Historia del Ferrocarril.pdf>
- Armstrong, J., Valley, T., & Williams, D. M. (2012). *The steamboat and popular tourism*. 61–77. <https://doi.org/https://sci-hub.se/https://doi.org/10.7227/TJTH.26.1.4>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación* (Tercera ed, Issue 2017). Grupo editorial Patria.
- Barreno, A., & Brito, E. (2015). La rehabilitación del ferrocarril en Ecuador, como actor transformador del territorio. *Academia*, 2008, 9. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/55707871/ferrocarril_equatoriano-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1653160648&Signature=MufFh4a~z3uQq0fEC8plRkMCl2nLDYsApV9fyh68GmSfxiAwGcOyLjm~Ud35soHjgW3qaCARJoaG~~XIVIK94epGjALcGILGNNsKz7px1kCZ31nnH-R1ZJFmYMWG3T0rakzv
- Belz, M., & Ken, P. (2008). *Sustainability Marketing A Global Perspective*.
- Borbúa, L. G. (2015). *Reglamento general a la ley de turismo*. 1–30.
- Caroline, G. (2020). *Desarrollo sostenible: definición, objetivos y ejemplos*. Climate Consulting Selectra.
- Casalis, L. A. (2009). ¿ Qué es el desarrollo local y para qué sirve ? *CEDEL*, 3.
- Cohen, E. (1988). *TRADITIONS IN THE QUALITATIVE*. 15, 29–46. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0160-7383\(88\)90069-2](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90069-2)
- Coles, T., Fenclova, E., & Dinan, C. (2013). Tourism and corporate social responsibility : A critical review and research agenda. *TMP*, 6, 122–141. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2013.02.001>
- Constitución de la Republica de Ecuador, Registro Oficial 449 del 20-Oct-2008 1 (2008). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Fairhurst, T., & Esplugas, C. (2020). *Directrices sobre cómo aumentar el atractivo del turismo ferroviario*.
- Franco, M. (2022). *Estrategias de comunicación: qué son y cómo crearlas*. Iboundcycle.
- Fuentes, M. (2021). *Universidad técnica de ambato facultad de ciencias humanas y de la*

- educación carrera de turismo y hotelería*. Universidad Técnica de Ambato.
- Galán, M. (2009). *Metodología de la Investigación*. Manuelito Investigador.
- Galvão, M., & Dias, R. (2010). *Estudios y Perspectivas en Turismo*. 5841.
- Gren, M., & Huijbens, E. H. (2012). TOURISM THEORY AND THE EARTH. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 155–170. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.05.009>
- Hatano, L., & Smith, R. A. (2015). *Comparaciones ferroviarias internacionales*. 221. <https://doi.org/10.1243/0954409JRRT98>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (sexta).
- INAMHI. (2020). *Anuario Climatológico 2020*.
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J., Garcia, J., & Flores, J. (2011). *Marketing Turístico* (S. A. PEARSON EDUCACIÓN (ed.); 5.a edición).
- Lew, A. (2010). *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment Defining a geography of tourism*. October 2014, 37–41. <https://doi.org/10.1080/14616680010008739>
- López-López, P. C., Castro Martínez, P., & Oñate, P. (2020). Agenda melding y teorías de la comunicación: la construcción de la imagen de los actores políticos en las redes sociales. *Cuadernos Del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, 112, 21–34. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi112.4089>
- López, P., & Fachelli, S. (2015). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL CUANTITATIVA. In *La Encuesta* (Primera Ed). <https://doi.org/10.2307/j.ctt1v2xt4b.8>
- Loyo-Pasquel, P., & Ponce-Ortiz, M. (2019). Sistema ferroviario Ecuatoriano como conjunto histórico. *Congreso Internacional “Restaurar La Memoria” 11a 2018 Valladolid*, 723–737.
- Luzuriaga, P. G. (2020). *Reactivación vs turistificación: los retos de las ciudades frente al turismo post pandemia Recovery against touristification: Challenges of the cities facing post pandemic tourism*. 5(3), 134–150.
- Massoni, S. (2019). Teoría de la Comunicación Estratégica Enactiva e Investigación Enactiva en Comunicación: aportes desde Latinoamérica a la democratización de la vida cotidiana. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 1(141), 237–256. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i140.4074>
- Merizalde-Demera, T. (2021). *Vialidad de los proyectos Puertos Secos en el Ecuador y su incidencia en el comercio exterior* (Vol. 1, Issue PROPUESTA DE

- DESARROLLO DE UN PLAN HABITACIONAL ECOLÓGICO EN LA ISLA PUNÁ) [Universidad de Guayaquil]. http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/6509/1/Erika_Quiñonez.pdf
- Monge, J. G., & Yagüe Perales, R. M. (2016). El desarrollo turístico sostenible: Tren Crucero del Ecuador. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 25(1), 57–72.
- Moreno, A., Maria, O., Brown, K., & Martínez, R. (2021). *LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA: FACTORES QUE DEBEN TENERSE EN CUENTA PARA EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS CONCRETAS PARA PEQUEÑAS EMPRESAS COMO CONSECUENCIA DEL COVID-19 EN SAN ANDRÉS ISLA.*
- Neill, D., & Cortez, L. (2018). *Procesos y Fundamentos de la investigación Científica* (Primera Ed). Editorial UTMACH.
- Ortega, K., & Pacha, E. (2021). “MODELO DE GESTIÓN PARA LA REACTIVACIÓN DEL SISTEMA DE TRANSPORTE FERROVIARIO EN LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO.” *DSpace ESPOCH*. <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/15233>
- Palmer, C. A. (1994). *The Experience of the Bahamas*. 21(4), 792–811. [https://doi.org/https://sci-hub.se/https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)90084-1](https://doi.org/https://sci-hub.se/https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90084-1)
- Philip Kotler, John T. Bowen, James C. Makens, Jesús García, J. F. (1993). Marketing turístico. In *Tourism Management* (Vol. 14, Issue 3). [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(93\)90033-h](https://doi.org/10.1016/0261-5177(93)90033-h)
- Prideaux, B. (1999). *Tracks to Tourism : Queensland Rail Joins the Tourist Industry*. 86. [https://doi.org/https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1522-1970\(199903/04\)1:2<73::AID-JTR123>3.0.CO;2-Q](https://doi.org/https://doi.org/10.1002/(SICI)1522-1970(199903/04)1:2<73::AID-JTR123>3.0.CO;2-Q)
- Santamaría García, A. (2019). *Los ferrocarriles en América Latina: historia y legado (siglos XIX-XX)* (EUDEBA (ed.)). <https://doi.org/https://doi.org/10.4000/nuevomundo.83778>
- Sastre, J. (2014). *No Title*. ¿Qué Es Un Ferrocarril? Conceptos Básicos de Tecnología Ferroviaria.
- SEMAR. (2016). *Metodología de la investigación*. Universidad Naval.
- Simmons, J. (2014). *Journal of Contemporary History*. 23. <https://doi.org/10.1177/002200948401900203>
- Varisco, C. (2008). *DESARROLLO TURÍSTICO Y DESARROLLO LOCAL : La Competitividad de los Destinos Turísticos de Sol y Playa*. UNIVERSIDAD NACIONAL DE MAR DEL PLATA.

Zambrano, M. (2021). *Estrategias de Re-activación administrativa de la empresa pública ferrocarriles Ecuador en la ciudad de Riobamba año 2020*. Universidad Técnica de Babahoyo.

ANEXOS

Anexo 1. Cronograma (Gantt)

N°	Actividades	Mayo				Junio					Julio					Agosto					Septiembre					Octubre						Total		
		2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6			
1	Inducción sobre las modalidades de Titulación																																	
2	Elección de la modalidad de titulación																																	
3	Petición de docente como director del proyecto de investigación																																	
4	Elaboración del tema a investigar																																	
5	Desarrollo del anteproyecto																																	
6	Inscripción en la Unidad de Titulación con el Anteproyecto																																	
7	Análisis del Anteproyecto por parte de la Unidad de Integración Curricular de la carrera																																	
8	Corrección del anteproyecto																																	
9	Revisión de las correcciones del anteproyecto																																	
10	Aprobación de los anteproyectos en Consejo Directivo, designación del director y pares académicos																																	
11	Entrega del anteproyecto a los pares académicos para la revisión por parte de la coordinación																																	

Anexo 2. Presupuesto ejecutado

RECURSOS MATERIALES	CANTIDAD	VALOR
Equipo de cómputo (Laptops e Impresora)	2	0.00
Lápiz	4	2.00
Borrador	2	0.50
Sacapuntas	2	0.50
Esferos	2	1.00
Resmas de papel bond	1	4.00
Pasajes		50.00
Memoria USB	2	20.00
Libretas de Apuntes	2	2.00
Cámaras de Celulares	2	0.00
Total		80.00 usd

Elaborado por: Las autoras

Anexo 3. Resultados de entrevista a funcionarios

Nombre del funcionario	Función	Ítem	Respuesta
<p>Ing. Renato Dillon</p>	<p>Director de la Gestión turística de Riobamba.</p>	<p>Cuáles fueron las causas usted considera que determinaron el cierre de este atractivo turístico</p>	<p>Una de las primeras causas es los costos de la operación ferroviaria, debido a que el ferrocarril mantenía las aportaciones patronales que esto les daba un pasivo mensual fuerte y ese aspecto tenía que ser cargado a la operación turística lo que incrementaba los costos de los servicios y operación.</p> <p>El segundo aspecto se debía a las características de las condiciones propias de la situación geográfica que tiene el país hacía que los costos de mantenimiento de las vías y el pago de los trabajadores sea alto.</p> <p>La principal causa fue los costos de la operación ferroviaria.</p> <p>Otro aspecto se debe a que el ferrocarril debía estar destinado solo a la operación y no a la comercialización del servicio, eso hacía que se necesite de personal adicional para marketing y ventas lo que incrementaba los gastos de la empresa.</p>
		<p>Cuáles fueron las ventajas que pudo observar cuando estuvo en funcionamiento el ferrocarril</p>	<p>Era un fin social bastante fuerte, inclusive cuando sale el decreto de la fundación del ferrocarril, buscaba un fin social, era involucrar a las comunidades dentro de la operación ferroviaria, es decir tener un producto que involucre a las comunidades y las mismas tengan la posibilidad de mejorar económica y socialmente. Como ejemplo la</p>

		<p>comunidad Moya que tiene infraestructura, restaurante, hoteles que pudo crecer, es decir cuando cerró la actividad ferroviaria se vio afectada.</p> <p>Otra ventaja que se observó es debido a que es un tangible, es decir tema de idiosincrasia y autoestima de la gente impacto ya que se recuperó un patrimonio de la ciudad, ese aspecto beneficio a la sociedad en general, de igual manera unió la costa con la sierra en su momento y esos recursos marcan a la sociedad.</p>
	<p>En lo que respecta al turismo como cree que afecto el cierre del ferrocarril.</p>	<p>Se dio una afectación directa a 180 familias relacionadas al ferrocarril, sin mencionar a afectaciones indirectas, por otro lado, la infraestructura hotelera, de servicios tuvo una afectación fuerte, al cerrarse uno de los iconos turísticos de la ciudad.</p>
	<p>Que deberían hacer las instituciones involucradas para que se reactive este servicio.</p>	<p>Sacar a proceso de concesión, dan la viabilidad que es esta avanzada y posiblemente en diciembre hay un trato, ya que si existen empresas internacionales interesadas en dicho atractivo.</p>
	<p>Considera usted que la reactivación del ferrocarril fomentará la reactivación económica de la población.</p>	<p>Creo que si, en este sentido la concesión ya no está solamente programado con fines turísticos sino económicos, debido a que se busca reactivación económica.</p> <p>Ya que se considera que Riobamba es un puerto seco, que sería el único en el país.</p>

		<p>Cuál sería su aporte como ente público para reactivar el ferrocarril en Riobamba.</p>	<p>Hemos realizado varias actividades, empezando con la conservación de los bienes patrimoniales que tiene el ferrocarril, el municipio compró Casa Vélez que es la principal relacionada al ferrocarril, estamos en proceso de restauración y mantenimiento, además la plaza del Bicentenario, cogimos como comodato el Precario del Cuerpo de Bomberos para darle mantenimiento, es decir el municipio ha jugado un rol preponderante cuando el ferrocarril se cerró.</p> <p>También estamos viendo la posibilidad de realizar operaciones en cercanías del ferrocarril con el apoyo del municipio hasta que se dé el proceso de concesión y entre en operaciones el tren. Sin embargo, hemos llegado más allá de las competencias del municipio hemos realizado actividades para que el ferrocarril se conserve y se mantenga activo, para que sus bienes inmuebles estén en buen estado y para que los vagones y locomotoras se conserven, y más actividades en apoyo en la reactivación del tren, ya que la ciudad ha sido considerada como la capital ferroviaria del país y eso hay que rescatarlo.</p>
<p>Ing. Ely Samaniego</p>	<p>Técnica de Turismo</p>	<p>Cuáles fueron las causas usted considera que determinaron el</p>	<p>Se debería haber manejado de mejor forma la administración del ferrocarril de la empresa y de todo lo que estaba alrededor del sistema ferroviario.</p>

		<p>cierre de este atractivo turístico</p>	
		<p>Cuáles fueron las ventajas que pudo observar cuando estuvo en funcionamiento el ferrocarril</p>	<p>Muchas la reactivación de muchos pueblos por donde pasaba el ferrocarril, muchas comunidades locales que se organizaban para ser los prestadores de servicios turísticos, en general nuestro cantón Riobamba y otras comunidades dentro del producto tren de hielo 1, por ejemplo, la comunidad de Calpi que brindaba servicios de alimentación, recreación de Guianza. También los negocios de la ciudad que tenían mucha afluencia de turistas cuando el tren funcionaba, esto es solo hablando de Riobamba. A nivel de provincia también porque la operación de la ruta Nariz del Diablo era una de las rutas más importantes.</p>
		<p>En lo que respecta al turismo como cree que afectó el cierre del ferrocarril.</p>	<p>Era un producto que traía mucha afluencia de turistas y demanda, al no estar el tren presente se está trabajando como Dirección de Turismo en nuevos productos que tengan relación con el tema Urbano, Patrimonial y Rural también. Las comunidades locales han perdido también la llegada de esos turistas y están tratando de reactivarse nuevamente por nuevas estrategias que atraiga la demanda que el tren traía. De igual forma para los sectores de hospedaje y de alimentación de la ciudad y provincia recibieron un golpe fuerte al no tener el tren considerado uno de los</p>

			más representativos de la provincia al igual que el Chimborazo.
		Que deberían hacer las instituciones involucradas para se reactive este servicio.	<p>Tenemos un producto menos que ofrecer y estamos tratando de diversificar la oferta de sitios turísticos, para que a gente tenga alternativas cuando llegue a Riobamba. Estamos trabajando con el lanzamiento de una nueva campaña promocional denominada “Riobamba tu único plan”, en donde está incluido actividades de aventura, naturaleza, cultural y turismo comunitario. No queremos dejar de lado el tren, pero estamos trabajando en otros ámbitos para diversificar la oferta.</p> <p>Hacer un proyecto desde cada una de sus funciones para que se pueda asignar recursos para la administración del tren, pero se podría gestionar para que se concesione el tren, o el gobierno pueda nuevamente como Gobierno Nacional reactivar la operación ferroviaria, pero es función de las autoridades.</p>
		Considera usted que la reactivación del ferrocarril fomentará la reactivación económica de la población.	Por supuesto que sí, porque es un factor importante de desarrollo tanto económico como turístico tener el ferrocarril como parte de nuestros grupos turísticos.
		Cuál sería su aporte como ente público para	En nuestro caso los técnicos estamos con toda la predisposición para trabajar en un proyecto, que fomente la rehabilitación o

		reactivar el ferrocarril en Riobamba.	reactivación del tren, sin embargo, las autoridades son quienes toman las decisiones.
--	--	--	---

Elaborado por: Las autoras

Fuente: Tomado de funcionarios de la Dirección de Turismo del Cantón Riobamba.

Anexo 4. Instrumentos de recopilación de datos

4.3. Cuestionario



Universidad Estatal de Bolívar

Carrera de Turismo y Hotelería



Tema: “Estrategias comunicacionales para la reactivación del ferrocarril como aporte al desarrollo turístico en el cantón Riobamba, provincia Chimborazo, año 2022”

Edad: 18 a 25 26 a 35 36 a 45 46 en adelante

Género F___ M___ Otro___

Ciudad o país al que pertenece _____

Objetivo. Conocer la potencial demanda turística para el ferrocarril en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo

Encuesta dirigida a Turistas nacionales y extranjeros

1. **¿Ha visitado el producto turístico denominado Ferrocarril del cantón Riobamba?**

Sí No

2. **¿Sabía UD que el ferrocarril en Riobamba se encuentra inhabilitado?**

Si No

3. **¿Usted está de acuerdo en que se reactive el sistema ferroviario del cantón Riobamba?**

Totalmente de acuerdo Indeciso

De acuerdo En desacuerdo

4. **¿En el caso de haber visitado el ferrocarril en Riobamba, cómo fue su experiencia?**

• Excelente Regular

• Buena Mala

5. ¿Le gustaría visitar este producto turístico (El ferrocarril)?

Si No

6. ¿Si se reactiva el ferrocarril, qué actividades le gustaría que se implementen?

Servicio de cafetería Servicio de Fotografía
Servicio de Guianza turística Otros

7. ¿Si tuviera la oportunidad con qué frecuencia estaría dispuesto a visitar el ferrocarril?

Semanalmente Trimestralmente
Mensualmente Anualmente

8. En cuanto a redes Sociales cuál es la que más usa Ud. Al momento de elegir un servicio.

Facebook Tiktok
Instagram Telegram

9. Le gustaría recibir noticias, promociones y publicidad acerca del Ferrocarril del cantón Riobamba

Si No

10. ¿Considera Ud. que con la reactivación del ferrocarril ayudará a mejorar el nivel socioeconómico del cantón Riobamba?

Sí No

11. ¿Qué actividades de las que se menciona a continuación considera que puedan ser importantes para la reactivación del ferrocarril?

Ferias de emprendimientos Feria Gastronomía
Publicidad Arte y Cultura

12. ¿Cuál sería el precio que estaría usted dispuesto a pagar por un tour en tren desde Riobamba a Huigra?

\$10 a \$20 \$21 a \$30 \$31 a \$40

13. ¿Qué factores tomaría en cuenta usted para realizar el tour en el Ferrocarril?

Económico
Calidad de servicio

Confort

Destino

Otro _____

Muchas gracias por su colaboración.

4.4. Guion de entrevista



Universidad Estatal de Bolívar

Carrera de Turismo y Hotelería



Tema: “Estrategias comunicacionales para la reactivación del ferrocarril como aporte al desarrollo turístico en el cantón Riobamba, provincia Chimborazo, año 2022”

Objetivos

- Identificar las causas que provocaron la paralización del sistema ferroviario en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.
- Realizar un diagnóstico de la situación actual del ferrocarril de la ciudad de Riobamba.

Información de la entidad y/o persona participante

Nombres y apellidos _____

Edad _____

Sexo F___ M___ Otro___

Fecha _____

Ámbito de actuación	Provincial	Municipal	Parroquial	Privada

Encuesta dirigida a las autoridades involucrados en el proyecto del Ferrocarril

1. En su opinión personal que causas considera que determinaron el cierre del producto turístico del Ferrocarril.
2. ¿Cuáles las fueron ventajas que Ud. pudo observar cuando estuvo en funcionamiento el Ferrocarril?
3. ¿Cuál es el impacto económico social que ha provocado en su cantón el cierre del ferrocarril?

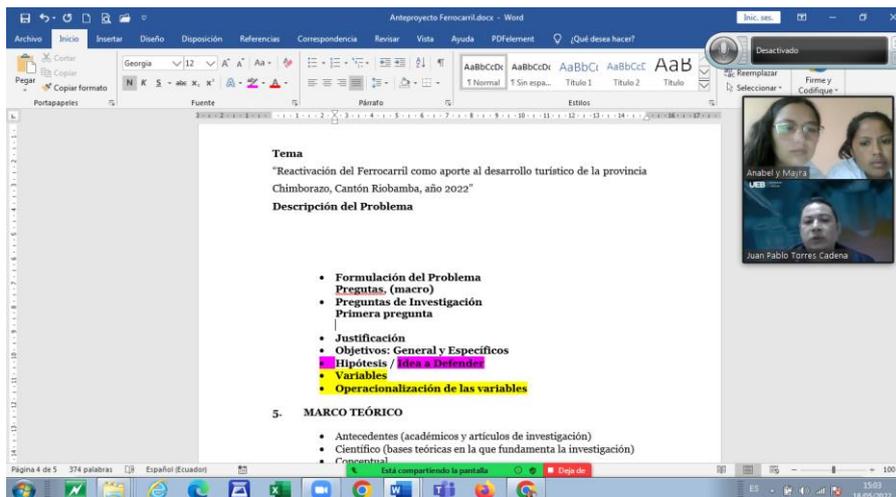
4. ¿En lo que respecta a turismo, cómo cree Ud. ¿Que ha afectado el cierre del ferrocarril?
5. En su opinión ¿Qué deberían hacer las instituciones involucradas para que exista una correcta reactivación ferroviaria en el cantón Riobamba?
6. ¿Considera Ud. que la reactivación del ferrocarril fomentará el desarrollo económico de la población del cantón Riobamba?
7. ¿Cuál sería su aporte como ente público para reactivar el ferrocarril en el cantón Riobamba?

Anexo 5. Fotos de las reuniones virtuales con el director y par académico

Evidencia N°1

Zoom: <https://cedia.zoom.us/j/85095715614>

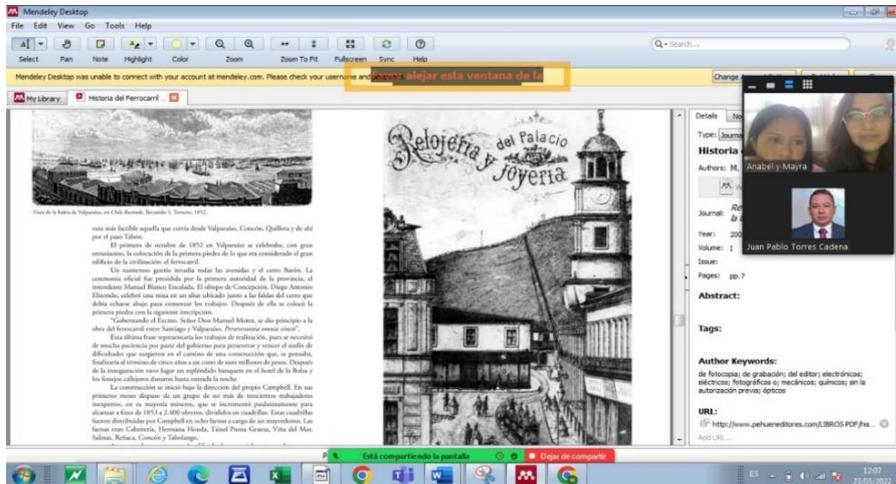
Imagen 3. Aprobación del tema del anteproyecto y explicación de los siguientes temas: Descripción del Problema, Formulación del Problema, Preguntas de Investigación, Justificación, Objetivos: General y Específicos e Idea a Defender



Evidencia N°2

Zoom: <https://cedia.zoom.us/j/85095715614>

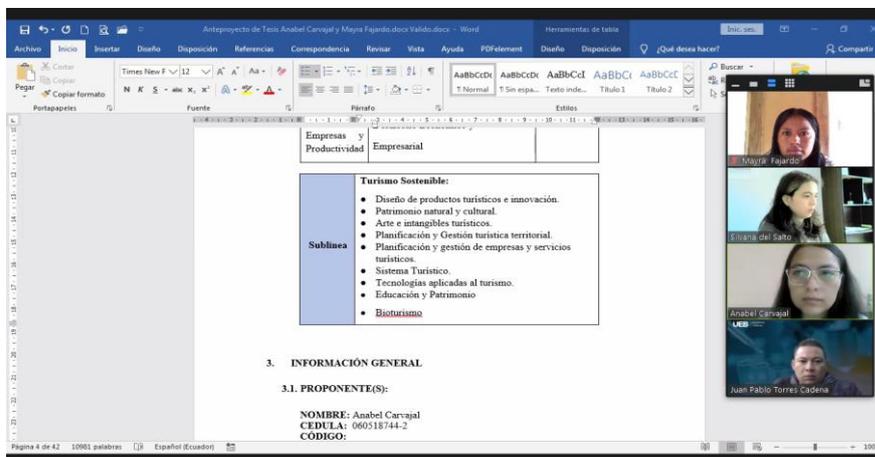
Imagen 4. Revisión de Anteproyecto, indicaciones para filtrar artículos científicos en Inglés. explicación sobre las Normas APPA séptima edición y explicación sobre el gestor Mendeley para citar en anteproyecto

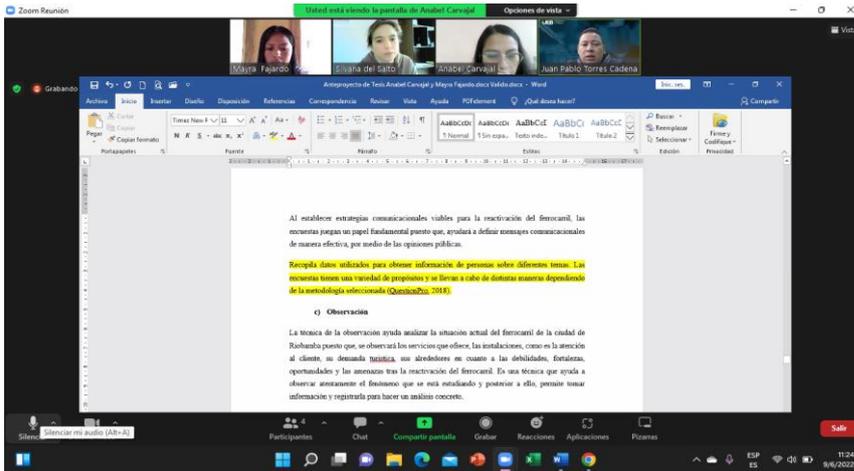


Evidencia N°3

Zoom <https://cedia.zoom.us/j/85095715614>

Imagen 5. Revisión de las correcciones mencionadas anteriormente, sublineas, descripción del problema, justificación, formulación del problema, idea a defender y técnicas e Instrumentos

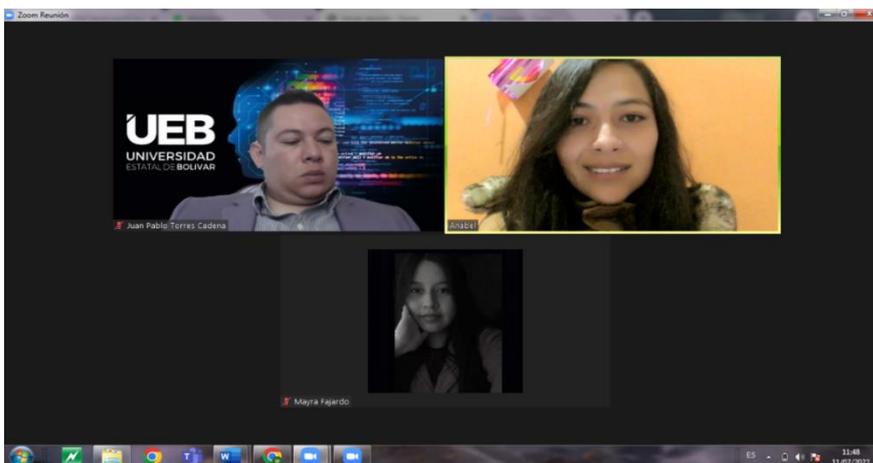




Evidencia N°4

Zoom: <https://cedia.zoom.us/j/85095715614>

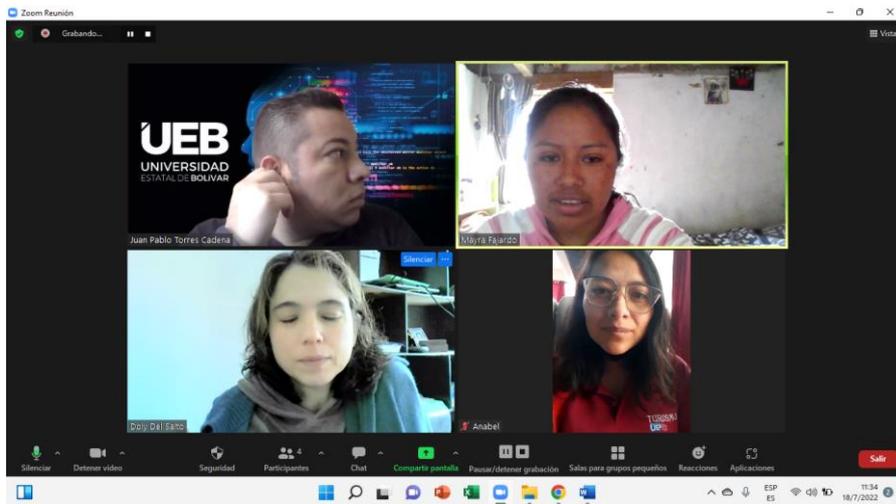
Imagen 6. Revisión de las preguntas para aplicar las encuestas y la entrevistas



Evidencia N°5

Zoom: <https://cedia.zoom.us/j/85095715614>

Imagen 7. Revisión de las preguntas finalizadas para la encuesta y entrevista



5.1 Fotos de la Salida de Campo

Imagen 8. Entrevista al Ing. Renato Dillon director de la Gestión turística de Riobamba.



Tomado por: Las autoras

Imagen 9. Entrevista a la Ing. Ely Samaniego Técnica de Turismo



Tomado por: Las autoras

Anexo 6. Carta de aceptación de la organización donde se aplicará el trabajo de titulación.



Municipio de
Riobamba

Dirección de Gestión
de Turismo

Riobamba, 26 de mayo de 2022
Oficio No. GADMR-GT-2022-048-OE

Señoritas
Anabel Carvajal Vaca
Mayra Fajardo Hurtado
ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
Presente.-

De mi consideración:

Reciban un cordial saludo así como el deseo de éxito en cada una de sus actividades académicas.

En referencia a la solicitud S/N, de fecha 24 de mayo de 2022, me permito emitir para los fines consiguientes el presente documento que representa una **"CARTA DE ACEPTACIÓN"** para el desarrollo del proyecto de investigación; en tal razón es procedente conceder el aval de interés de la tesis con la denominación **"ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS PARA LA REACTIVACIÓN DEL FERROCARRIL COMO APORTE EN EL DESARROLLO TURÍSTICO EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, AÑO 2022"**. Se brindará las facilidades previa coordinación entre las partes designándole en calidad de Tutor a la Ing. Ana Cecilia Samaniego Barreno Técnica de Turismo.

Particular que comunico para los fines consiguientes.

Atentamente,

Ing. Renato Dillon
DIRECTOR GENERAL DE GESTIÓN TURÍSTICA



RD/gz.



032947389
turismo@gadmriobamba.gob.ec
www.gadmriobamba.gob.ec

Anexo 7. Solicitud dirigida a la Dirección de Gestión de Turismo.



Riobamba, 24 de mayo de 2022

Ingeniero

Renato Dillon

DIRECTOR DE GESTIÓN DE TURISMO DEL GAD RIOBAMBA

Presente.

De nuestra consideración:

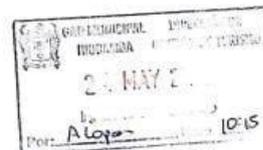
Reciba un cordial saludo y a la vez éxito en las funciones que tan acertadamente desempeña, el motivo de la presente es para solicitarle de la manera mas comedida nos autorice o nos ayude con el aval respectivo para poder elaborar nuestro tema de tesis "ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS PARA LA REACTIVACIÓN DEL FERROCARRIL COMO APOORTE EN EL DESARROLLO TURÍSTICO EN EL CANTÓN RIOBAM,BA, PROVINCIA CHIMBORAZO, AÑO 2022", en la Universidad Estatal de Bolívar, para la cual hemos de necesitar la colaboración de ustedes cdmo institución.

Por la atención a la presente y seguras de contar con su colaboración anticipamos nuestro agradecimiento.

Atentamente:


Anabel Carvajal Vaca

C. I. 06051874421




Mayra Fajardo Hurtado

C. I. 0202475463

