



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
CARRERA DE TURISMO

**“MUSEO CON ENFOQUE REVALORIZADOR DEL TREN DEL ECUADOR, EN LA
COMUNIDAD ALOBURO IBARRA-ECUADOR”**

Proyecto de emprendimiento previo a la obtención del título de
Licenciado en Turismo

AUTORAS:

Evelyn Yomaira Cevallos Tayán

Aynne Alexandra Quishpe Jiménez

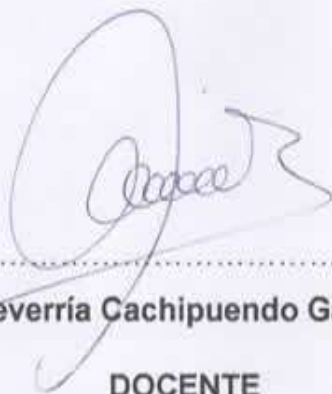
DIRECTOR :

MSc. Galo Oswaldo Echeverría Cachipundo

Ibarra, 2022

APROBACIÓN DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Certifico que el Trabajo de Grado **"MUESO CON ENFOQUE REVALORIZADOR DEL TREN DEL ECUADOR, EN LA COMUNIDAD ALOBURO IBARRA-ECUADOR"**, ha sido realizado en su totalidad por las señoritas: Cevallos Tayán Evelyn Yomaira, portadora de la cédula de identidad número: 1004590012 y Quishpe Jiménez Aynne Alexandra, portadora de la cédula de identidad número: 172804388, el cual cumple con las normas de redacción y procesos investigativos que validan el documento para ser presentado a defensa pública.



.....
Msc. Echeverría Cachipundo Galo Oswaldo

DOCENTE

C.I. 1713642666



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100459001-2		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Cevallos Tayán Evelyn Yomaira		
DIRECCIÓN:	Aloburo, calle El estanque.		
EMAIL:	eycevallost@unt.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0991904320

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Museo con enfoque revalorizador del tren del Ecuador en la comunidad de Aloburo, Ibarra, Ecuador.
AUTOR (ES):	Cevallos Tayán Evelyn Yomaira Quishpe Jiménez Aynne Alexandra
FECHA: DD/MM/AAAA	03 de agosto de 2022
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en turismo
ASESOR /DIRECTOR:	MSC. Echeverria Cachipueno Galo Oswaldo

2. CONSTANCIAS

Los autores manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 03 días del mes de agosto de 2022.

EL AUTOR:

(Firma).....


Nombre: Cevallos Tayán Evelyn Yomaira



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1728043884		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Quishpe Jiménez Aynne Alexandra		
DIRECCIÓN:	Av. Mariana de Jesús y el Pajonal - Cayambe		
EMAIL:	aynneq0208@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:	022111321	TELÉFONO MÓVIL:	0968845158

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"MUSEO CON ENFOQUE REVALORIZADOR DEL TREN DEL ECUADOR, EN LA COMUNIDAD ALOBURO IBARRA-ECUADOR"
AUTOR (ES):	Cevallos Tayán Evelyn Yomaira Quishpe Jiménez Aynne Alexandra
FECHA: DD/MM/AAAA	03 de Agosto del 2022
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. Echeverría Cachipueno Galo Oswaldo

2. CONSTANCIAS

Los autores manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 03 días del mes de Agosto de 2022

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: Aynne Alexandra Quishpe Jiménez

DEDICATORIA

Este logro está dedicado a mis padres por muchas razones, entre ellas; todas aquellas cosas que hicieron por mí, a lo largo de sus vidas por haber compartido conmigo sus espacios, sus tiempos y atenciones; por sus miles de cuidados, sus útiles consejos en los momentos difíciles, me enseñar con amor a ser perseverante en la vida y a no rendirme antes ningún obstáculo y gracias a eso crezco día a día y he podido concluir con este objetivo.

Yomaira Cevallos.

Este gran logro se lo dedico a mis padres que siempre me han apoyado incondicionalmente, por alentarme y llenarme de valiosas enseñanzas dándome ejemplos merecedores de superación y entrega y sobre todo por su entera confianza depositada en mí, por ser siempre los pilares fundamentales de mi vida y en mi desarrollo académico.

A mis hermanos que después de mis padres me han apoyado y acompañado en este proceso mostrándome su entera confianza.

A mi familia que me han alentado, acompañado y compartido

A mis amigos quienes, con sus enseñanzas, con sus consejos y su fiel compañía, compartieron conmigo su amistad, su tiempo, sus consejos, palabras de apoyo que han sido piezas claves para no rendirme a lo largo de mi proceso estudiantil.

Aynne Quishpe

AGRADECIMIENTO

Principalmente agradezco a Dios por darme vida y salud para poder alcanzar mis metas. Agradezco a mi madre y hermanos por darme el coraje de seguir y defender mis sueños.

A la Universidad Técnica del Norte, a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, en especial al turismo y a sus estimados docentes, quienes día a día comparten sus conocimientos con paciencia y dedicación para apoyar mi formación profesional y humanística. De forma especial darle las gracias al Msc. Raúl Cevallos y Msc. Oswaldo Echeverría por guiarme a lo largo de este proyecto.

Yomaira Cevallos

Agradezco a Dios quien me permite compartir la vida y la salud con mis seres queridos. Agradezco a mis padres y hermanos por alentarme a superarme y a o rendirme en el camino.

A la Universidad Técnica del Norte abrirme sus puertas, a la Carrera de Turismo y a sus estimados docentes quienes compartieron sus conocimientos y experiencias con mucha dedicación y paciencia para impulsar a mi formación profesional y humana. Al Msc. Raúl Cevallos, Msc Fabio Cruz y Msc. Oswaldo Echeverría por guiarme a lo largo de proyecto.

A todos mis amigos, compañeros de la Universidad Técnica del Norte, que han sido una guía en cada uno de mis semestres en este viaje llamado Universidad que está por culminar.

Aynne Quishpe

Índice de contenido

DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
RESUMEN EJECUTIVO	XVII
ABSTRACT	XVIII
INTRODUCCIÓN.....	XIX
Capítulo I Diagnóstico	21
1.1 Determinación y justificación del problema	21
1.1.1 Objetivo General.....	22
1.1.2 Objetivos específicos.....	22
1.2 Propuesta de la idea de negocios.....	22
1.3 Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios.....	23
1.4 Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio....	23
1.4.1 Situación del macro ambiente	23
1.5 Matriz Diagnóstica	25
2 Capítulo II Fundamentación Teórica	27
2.1 Fundamentos teóricos	27
2.1.1 Museos.....	27
2.1.2 Importancia de los museos en el turismo.....	34
2.1.3 Historia del ferrocarril.....	34
2.1.4 Etimología de la palabra tren.	35
2.1.5 Origen del ferrocarril.	35
2.1.6 Expansión del ferrocarril en el mundo.	36
2.1.7 Cronología del ferrocarril.	38
2.1.8 Historia del Shinkansen: El tren bala japonés.....	39
2.1.9 Historia del Ferrocarril en Latinoamérica.	41
2.1.10 Historia del ferrocarril en Ecuador.	42

2.1.11	Importancia del ferrocarril dentro del turismo	45
2.1.12	Turismo	45
2.1.13	Definición de turismo cultural.	46
2.1.14	Definición de patrimonio cultural tangible.....	46
2.1.15	Definición de patrimonio cultural intangible.....	47
2.2	Fundamentación metodológica	48
2.2.1	Métodos	48
2.2.2	Método deductivo.....	48
2.2.3	Método inductivo.	48
2.2.4	Método Histórico – Lógico.	49
2.2.5	Tipos de investigación.....	49
2.2.6	Investigación documental.	49
2.2.7	Investigación de campo.	49
2.2.8	Investigación descriptiva.....	49
2.2.9	Técnicas de investigación.....	50
2.2.10	Encuesta.....	50
2.2.11	Entrevista.....	50
2.3	Fundamentación legal de la propuesta	50
3	CAPÍTULO III: Propuesta.....	60
3.1	Estudio de mercado	60
3.2	Tipo de muestreo y cálculo de la muestra.....	60
3.3	Universo	60
3.4	Muestra	61
3.5	Instrumentos de recolección.....	62
3.5.1	Entrevista	62
3.5.2	Encuesta	63
3.6	Resultados y discusión.....	63

3.7	Segmento de mercado consumidor.....	76
3.8	Comportamiento del mercado.	82
3.9	Segmentación de mercados	89
3.10	Clientes (Comportamiento de consumo relacionado al tipo de negocio propuesto)	90
3.11	Análisis de la demanda	90
3.12	Análisis de la oferta	91
3.13	Experiencias similares a nivel local/nacional: nombres de las entidades o empresas, localización. Productos y servicios (precio que ofertan) Ventajas o innovaciones sobre la competencia.	93
3.14	Demanda insatisfecha	93
4	Capítulo IV Estudio técnico administrativo	94
4.1	Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto	94
4.1.1	Macro localización.....	94
4.1.2	Micro localización	98
4.2	Identificación y descripción de los procesos	100
4.2.1	Caracterización y diseño del producto/servicio	100
4.3	Descripción del proceso productivo o presentación del servicio	109
4.4	Ingeniería del proyecto	110
4.4.1	Distribución de la planta	110
4.5	Diseño planimétrico de la planta	120
4.6	Requerimiento por área	122
4.7	Inversiones y capital de trabajo	125
4.7.1	Obra civil necesaria	125
4.7.2	Maquinaria y equipos.....	129
4.8	Capital de trabajo.....	133
4.9	Total, de la inversión.....	133

4.10	Plan de financiación Recursos propios (Créditos o préstamos, subvenciones de otras entidades, capitalización).....	134
4.11	Estructura organizativa y administrativa.....	134
4.11.1	Misión.....	134
4.11.2	Visión.....	135
4.11.3	Políticas.....	135
4.11.4	Valores.....	135
4.11.5	Imagen corporativa (logo).....	136
4.11.6	Organigrama.....	137
4.11.7	Manual de funciones.....	139
4.11.8	Flujograma de actividades.....	149
4.11.9	Descripción del diagrama de flujo.....	152
4.12	Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual.....	154
4.13	PLAN DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING.....	155
4.13.1	Nombre comercial de la empresa, los productos o servicios, logotipos, previstos o para embalajes, envoltorios, rótulos, señalizaciones.....	155
4.14	Canales de distribución.....	156
4.15	Publicidad tipo: escrita, folletos, periódicos, radio, campañas de promoción, paquetes de productos en oferta, otras promociones, marketing digital.....	157
4.16	Investigación y análisis de las estrategias y métodos de mercadeo más apropiadas a utilizar.....	160
5	Capítulo VI Estudio Ambiental.....	162
5.1	Estudio ambiental.....	162
5.1.1	Descripción de las acciones/actividades del proyecto o emprendimiento	162
5.1.2	Factores ambientales.....	166
5.1.3	Descripción del método a aplicar.....	166
5.1.4	Escalas o rangos de valoración ambiental para el EIA.....	166

5.1.5	Identificación del impacto	169
5.1.6	Aplicación del método	170
5.1.7	Gráfico	171
5.1.8	Interpretación de resultados	171
5.1.9	Jerarquización de impactos.	172
5.1.10	Plan de manejo ambiental.....	172
6	Capítulo V. Estudio financiero	174
6.1	Estado de situación inicial.....	174
•	Balance de situación inicial.....	174
	Tabla de amortización	176
•	Costo del capital	176
6.2	Flujo del efectivo	177
6.3	Proyección de ingresos y gastos	179
6.4	Cálculo del VAN y la TIR	179
6.5	Punto de equilibrio	180
	Conclusiones.....	183
	Recomendaciones	186
7	Referencias bibliográficas.....	187
8	Anexos	192
8.1.	certificado del URKUND	192
8.1	Anexo A Ficha de diagnóstico para emprendimiento	193
8.2	Anexo B Árbol de problemas	200
8.3	Anexo C Matriz de factores.....	201
8.4	Anexo D Modelo de encuesta	205

Índice de tablas

Tabla 1 Fundamentación legal	50
Tabla 2 Universo, población económicamente activa	61
Tabla 3 Estratificación del universo	61
Tabla 4 Valor de Z, nivel de confianza	61
Tabla 5 Segmentación de mercados	89
Tabla 6 Análisis de la demanda	91
Tabla 7 Atractivos naturales	91
Tabla 8 Análisis de la oferta de museos	91
Tabla 9 Análisis de la oferta	92
Tabla 10 Demanda insatisfecha	93
Tabla 11 Productos de la tienda de artesanías	103
Tabla 12 Bebidas calientes del menú de la cafetería	105
Tabla 13 Bebidas frías del menú de la cafetería	106
Tabla 14 Menú de alimentos de la cafetería	107
Tabla 15 Descripción del proceso productivo o prestación del servicio.....	109
Tabla 16 Distribución de la planta por áreas	111
Tabla 17 Equipo y mobiliario	122
Tabla 18 Materiales de la planta Cafetería	126
Tabla 19 Planta de Recepción – Administración	126
Tabla 20 Planta Sala de simulación	126
Tabla 21 Planta Sala cine	127
Tabla 22 Planta de exhibición	127
Tabla 23 Planta desafía tu conocimiento	127
Tabla 24 Planta vagón presidencial	127
Tabla 25 Acabados de la obra civil	128
Tabla 26 Construcción y adecuación	128
Tabla 27 Total de costos de la obra civil	129
Tabla 28 Maquinaria y equipos	129
Tabla 29 Sueldo por cargo de trabajo	133
Tabla 30 Gasto de los servicios básicos	133
Tabla 31 Capital de trabajo	133

Tabla 32 Total de inversión	133
Tabla 33 Funciones de los distintos cargos del personal	138
Tabla 34 Ficha de puesto del trabajo del administrador	139
Tabla 35 Ficha de puesto del trabajo del recepcionista	140
Tabla 36 Ficha de puesto del trabajo del guía	142
Tabla 37 Ficha de puesto del trabajo del cocinero	144
Tabla 38 Ficha de puesto del trabajo del mesero	146
Tabla 40 Etapa de construcción	162
Tabla 41 Etapa de operación	164
Tabla 42 Factores ambientales	166
Tabla 43 Escalas o rangos de valoración ambiental para el EIA	166
Tabla 44 Rangos de valoración	168
Tabla 45 Impactos positivos y negativos	172
Tabla 46 Plan de manejo ambiental.....	173
Tabla 39 Tabla de amortización.....	176

Índice de figuras

Figura 1 Red Iberoamericana de museos tipología de los museos.....	31
Figura 2 Pregunta 1. Escoja el género al que pertenece	63
Figura 3 Pregunta 2. Marque su intervalo de edad	64
Figura 4 Pregunta 3. Estado civil	65
Figura 5 Pregunta 4. Provincia en la que se encuentra	65
Figura 6 Pregunta 5. Indique su ocupación	66
Figura 7 Pregunta 6. Nivel de ingresos económicos.....	67
Figura 8 Pregunta 7. Perfil del turista. ¿Le gusta visitar museos?.....	68
Figura 9 Pregunta 8. ¿Con qué frecuencia visita usted un museo?	68
Figura 10 Pregunta 9. Usted suele acudir a estos establecimientos	69
Figura 11 Pregunta10. ¿Qué medios usa usted para obtener información con referencia a los museos?	70
Figura 12 Pregunta 11. ¿Qué tipo de museos le gustaría visitar?	71
Figura 13 Pregunta 12. ¿Estaría de acuerdo para que se instale el Museo con temáticas que den cuenta sobre la historia del Tren en el Ecuador en el sector del barrio Aloburo en Ibarra?	72
Figura 14 Pregunta 13. ¿Qué razones motivaría en usted, para visitar un museo histórico del Tren del Ecuador?	72
Figura 15 Pregunta 14. ¿Considera usted adecuado, dado a la importancia del tren en nuestro país, que se cuente con un sitio donde se dé a conocer la historia del tren?	73
Figura 16 Pregunta 15. ¿Cree usted que se incrementa el turismo en la comunidad, con miras de visitar el museo histórico del Tren del Ecuador?	74
Figura 17 . Pregunta 16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por entrar a este tipo de Museo?	74
Figura 18 Pregunta 17. ¿Qué servicios le gustaría tener en el Museo?	75
Figura 19 Preferencia de la visita de museos	76
Figura 20 Tipología de museos	77
Figura 21 Cruce de variables Edad - Tipología de museos	78
Figura 22 Cruce de variables Ocupación - tipo de museos	79
Figura 23 Cruce de variables Estado civil - tipo de museos	80
Figura 24 Cruce de variables ingresos - tipo de museos	81

Figura 25 Preferencia de acompañantes al sitio	82
Figura 26 Preferencia de servicios a ofrecer en el museo	83
Figura 27 Cruce de variables Motivo de visita - Preferencia de temática	84
Figura 28 Cruce de variables Preferencia de servicios - preferencia de precios	85
Figura 29 Cruce de variables Tipo de acompañantes – Tipos de museos	86
Figura 30 Cruce de variables Género - Tipos de museos	87
Figura 31 Mapa de ubicación de la provincia de Imbabura - Ecuador	97
Figura 32 Croquis de la Provincia de Imbabura	97
Figura 33 Aloburo - Ibarra - Ecuador	100
Figura 34 Planta Recepción - Administración	112
Figura 35 Planta Cafetería - Tienda de artesanías	114
Figura 36 Sala 1 Vagón simulación	115
Figura 37 Sala 2 Vagón Cine	116
Figura 38 Planta Vagón Desafía tu conocimiento	118
Figura 39 Sala 5 vagón presidencial	119
Figura 40 Planta mirador	119
Figura 41 Parqueadero del museo	120
Figura 42 Distribución de todas las áreas del museo	121
Figura 43 Organigrama operativo administrativo del personal	138
Figura 44 Flujograma de reservas	149
Figura 45 Flujograma Recorrido del museo	150
Figura 46 Flujograma de la cafetería	151
Figura 47 Logotipo del museo	156
Figura 48 Canal de distribución directo	157
Figura 49 Página web	158
Figura 50 Misión y visión	158
Figura 51 Tarjeta de presentación	159
Figura 52 Flyer para la promoción	160
Figura 61 Matriz de evaluación de los impactos	169
Figura 62 Criterio de Evaluación	170
Figura 63 Gráfica de los impactos	171
Figura 53 Balance de situación inicial	175
Figura 54 Costo del capital	176
Figura 55 Cuantificación de flujo año 1 – Proyección de los ingresos	178

Figura 56 Cuantificación de flujo año 1 – Proyección de los egresos	178
Figura 57 Proyección de ingresos y egresos para 5 años	179
Figura 58 Tasa interna de retorno del emprendimiento	179
Figura 59 Punto de equilibrio	181
Figura 60 Gráfico del Punto de equilibrio	182

RESUMEN EJECUTIVO

El propósito de este trabajo es la elaboración de un estudio centrado en la creación de un museo con un enfoque revalorizador del tren del Ecuador; en cuyo proyecto, se generan nuevas plantas de empleo y espacios sanos y recreativos para todos quienes visiten el establecimiento. Es una nueva propuesta de negocio que se halla dentro de la industria de valor agregado que surgió debido a la poca existencia de lugares que permitan conocer más sobre la historia del ferrocarril que representó un símbolo de unión. Su construcción no solo abre un espacio para la interconexión regional, sino que también abre un espacio para la reforma económica, su objetivo fue expandir el mercado interno y el flujo de comercio entre Sierra y Costa, contribuyendo el valor de la tierra por la que pasaba y su mercantilización. El proceso del estudio de factibilidad comienza con la elaboración de encuestas aplicadas a la población económicamente activa de la provincia de Imbabura, donde más del 50% de los posibles consumidores y los potenciales competidores se encuentran de acuerdo en la implementación de dicho emprendimiento en la ciudad de Ibarra. Por otro lado, el emprendimiento lleva como nombre “Mi viejo tren”, el cual tiene como misión ser un museo que pone a disposición diversas salas donde se muestre el valor del tren, y como servicios complementarios una cafetería y un mirador en un ambiente acogedor y una decoración de acuerdo a la temática, con servicio de calidad permitiendo crear momentos inolvidables al consumidor. Así mismo, los resultados del estudio técnico y administrativo proyectan favorables para implementar el plan de marketing y comercialización para el emprendimiento. Mediante el estudio del impacto ambiental, sociales y culturales del proyecto demostró la fiabilidad de la aplicación del proyecto por medio de un estudio económico financiero.

Palabras claves: turismo, museo, tren del Ecuador, enfoque.

ABSTRACT

The purpose of this work is the elaboration of a study focused on the creation of a museum with a revalorizing approach of the Ecuadorian train, within which new employment plants and healthy and recreational spaces are generated for all those who visit the establishment. It is a new business proposal that is within the value-added industry that arose due to the lack of places to learn more about the history of the railroad that represented a symbol of union. Its construction not only opens a space for regional interconnection, but also opens a space for economic reform, its objective was to expand the internal market and the flow of trade between Sierra and Costa, contributing to the value of the land through which it passed and its commodification. The feasibility study process begins with the elaboration of surveys applied to the economically active population of the province of Imbabura, where more than 50% of the possible consumers and potential competitors are in agreement with the implementation of such a venture in the city of Ibarra. On the other hand, the venture is called "My old train", whose mission is to be a museum that makes available several rooms where the value of the train is shown, and as complementary services a cafeteria and a viewpoint, in a cozy atmosphere and a decoration according to the theme, with quality service allowing to create unforgettable moments to the consumer. Likewise, the results of the technical and administrative study are favorable for implementing the marketing and commercialization plan for the enterprise. The study of the environmental, social and cultural impact of the project demonstrated the reliability of the implementation of the project through an economic and financial study.

Keywords: tourism, museum, Ecuador train, focus.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo del turismo en el Ecuador genera impactos positivos en el desarrollo de la economía, lo que hace que se puedan generar plazas de empleo y divisas para el país, el turismo busca satisfacer las necesidades de los turistas y generar experiencias en él.

Para el Ecuador el turismo constituye uno de los rubros de generación de divisas, de empleo y de redistribución de la riqueza integradora y complementaria con múltiples actividades, debido a que por cada empleo directo que se genera en turismo, se crea entre 6 y 3 puestos de empleo indirecto (Barket, 2014).

Los museos son espacios que almacenan bienes culturales, recuerdos y memorias de un lugar, con el pasar del tiempo se han convertido en instituciones que no solo albergan sino de igual manera adquieren, conservan, estudian y exponen el patrimonio siendo el mismo material o inmaterial de un sitio en concreto.

El presente trabajo de investigación busca conocer y determinar la factibilidad del diseño e implementación de un museo con enfoque revalorizador del Tren del Ecuador en Aloburo que es una zona aledaña de la ciudad de Ibarra.

Contando con capítulos que serán detallados a continuación:

En el Capítulo I se puntualiza la determinación y justificación del problema, los objetivos que son desarrollados en los capítulos siguientes del trabajo, la propuesta de negocio a desarrollar, el sustento de la innovación y pertinencia de la idea de negocio, los factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio, la situación del macro ambiente y la matriz diagnóstica.

El Capítulo II comprende la fundamentación teórica del trabajo, el marco teórico de la investigación el cual está compuesto de varios temas que son el sustento del trabajo, la fundamentación metodológica y la fundamentación legal.

El Capítulo III estudio técnico – administrativo abarca al análisis y determinación de la localización óptima del proyecto, la identificación y descripción de los procesos, la ingeniería del proyecto, la estructura organizativa y administrativa.

El Capítulo IV que es el Plan de comercialización y marketing en donde se detalla las estrategias a utilizarse para la promoción y venta de los servicios y productos del emprendimiento.

El Capítulo V que es el estudio económico financiero abarca el estado de situación inicial, el flujo de efectivo, la proyección de ingresos y gastos, el cálculo de VAN y TIR y el punto de equilibrio.

El Capítulo VI el estudio ambiental contiene la descripción de las acciones/actividades del emprendimiento, los factores ambientales, la valoración de los impactos ambientales y las conclusiones y recomendaciones, mismas que fueron elaboradas en base a la información recopilada y analizada al desarrollar la investigación pertinente del emprendimiento.

Capítulo I Diagnóstico

1.1 Determinación y justificación del problema

El presente proyecto se plantea con el fin de fomentar la oferta turística dentro de la comunidad de Aloburo, con la implementación de un museo con un enfoque histórico diferente y atractivo, desde el contexto moderno, para así promocionar un lugar que permita generar experiencias nuevas a los visitantes mediante las diferentes actividades de recreación, y de esa forma brindar paz y relajación en un ambiente que está directamente conectado a la naturaleza y la cultura.

Se puede señalar que dentro comunidad existe una escasa actitud emprendedora porque la gente en las preliminares conversaciones sobre el tema demuestra una actitud displicente por ello conlleva a que los moradores no tomen en cuenta al turismo como una fuente económica en la comunidad, es por eso por lo que la población local prioriza más las actividades económicas como la agricultura y ganadería, para generar sus ingresos.

El carente conocimiento de la actividad turística y del turismo en general en la comunidad es evidente y alarmante, por esa razón no son conocidos los diferentes atractivos con los que cuenta la población, por eso que muchos de los visitantes solo le miran Aloburo como una comunidad de paso, lo que lleva a que no se genere ingresos dentro de la misma.

Con la intención de que esto se ha visto factible implementar un museo con la temática del tren del Ecuador, y revalorizar el patrimonio cultural del Ecuador que siendo uno de estos patrimonios es el tren que logre una convivencia más directa con el medio que los rodea, alejados de la tecnología que envuelve al mundo actual.

1.1.1 Objetivo General

Determinar la factibilidad de la implementación de un museo con enfoque revalorizador del tren del Ecuador, en la comunidad Aloburo Ibarra-Ecuador.

1.1.2 Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual de la comunidad de Aloburo, cantón Ibarra provincia de Imbabura.
- Establecer la relación entre oferta y demanda mediante estudios de mercado.
- Identificar las características de los museos a través de la investigación técnica.
- Elaborar un plan de comercialización y marketing para el museo temático.
- Analizar los posibles efectos ambientales, sociales y culturales del proyecto mediante un estudio de impacto ambiental.
- Demostrar la viabilidad del proyecto museístico mediante la investigación económica y financiera.

1.2 Propuesta de la idea de negocios

El mantener vivo el patrimonio cultural del país es de suma importancia ya que el patrimonio es historia y la historia es la que marca el desarrollo de un país y de la misma manera va dejando enseñanzas importantes para mejorar. La creación de un museo temático en la comunidad de Aloburo nace como una idea innovadora que busca fortalecer la historia del tren del Ecuador que es un importante patrimonio cultural tangible del país. De igual manera se busca fomentar el desarrollo turístico en la comunidad con ello se podrá incentivar más visitas a esta zona generando más oportunidades de empleo para los pobladores.

La idea de la creación de un museo temático, con un enfoque revalorizador del tren del Ecuador, en la comunidad de Aloburo, es un emprendimiento que busca mantener a flote este importante patrimonio del país y así mismo que su trayecto histórico siga latente en las personas.

Lo que se busca al implementar el museo que muestre un enfoque histórico de una manera atractiva para los futuros visitantes, la infraestructura a implementar es arquitectura en base a los vagones del tren, donde se podrán encontrar en cada

vagón una sala donde se pueda hablar de las diferentes etapas de construcción del tren, su auge en el país y como contribuyo al desarrollo del país.

En la construcción del museo temático se considera pertinente utilizar recursos de la localidad y con ello contribuir a la economía local para generar lazos de fraternidad y unión en la zona.

1.3 Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios

Los motivos que impulsan a innovar en una idea de negocio dentro del mercado turístico es esa relación que existe entre la demanda y las tendencias dentro del sector turístico y museístico, y el cliente es el principal objetivo de la innovación.

Como lo sostiene Abués E., (2014) que:

En el análisis de esta definición, los museos son concebidos como instituciones de transmisión cultural, abiertos al público; en ella se enfatiza en la proyección social de estos centros, a través de exposiciones de los tesoros materiales que atesoran con el propósito de desarrollar integralmente al visitante.

Es así como la idea de negocio está orientada a implementar una idea innovadora dentro del mercado turístico de Ecuador, y así mostrar algo nuevo o novedoso como es la temática que se quiere implementar, que busca la revalorización del Tren del Ecuador, en donde también se busca mantener latente su historia y como contribuyo a la economía y desarrollo del país.

Por otra parte, también se busca un desarrollo económico en conjunto en la comunidad ya que cuenta con ciertos atractivos naturales que pueden ser puestos en valor y de esta manera también crear varias fuentes de empleos para las personas de la comunidad; y dar a conocer el Ecuador de una manera diferente, al que el turista está acostumbrado, para que así el turismo vuelva a resurgir.

1.4 Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio

1.4.1 Situación del macro ambiente

Político legal.

En el ámbito político legal. Es importante acatar los artículos, reglamentos y leyes ya establecidos por el Estado ecuatoriano. En la Constitución del Ecuador

existen artículos que tienen relación como los: Art. 25, Art. 283, Art. 377 y el Art. 379. (Constituyente, 2008) En la Ley de Turismo se ha tomado en cuenta para el proyecto los siguientes artículos: Art. 1, Art. 2, Art. 3. (Ministerio de turismo, 2014). Con respecto a la Ley orgánica de cultura los artículos: Art. 3y Art. 9 (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2016) En cuanto a Ley De Patrimonio Cultural se tomó como referente al Art. 4 (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2016). En el Reglamento General A La Ley De Turismo Art. 14 (Ministerio de turismo, 2015). En el Reglamento General A La Ley Orgánica De Cultura al Art. 41 (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2017). Y en el Plan Nacional Buen Vivir Para El 2017-2021 se fundamentó en el Objetivo 5 (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017).

Socio cultural.

En el ámbito sociocultural la relevancia que tienen los museos en el Ecuador como en el mundo son un eje fundamental para el desarrollo de la sociedad siendo estos espacios los que fomentan el conocimiento y de esa manera la transferencia del saber tendrá una forma dinámica y llamativa para los visitantes. Lo que se busca realizar con este emprendimiento es conservar y mantener con vida la historia del tren del Ecuador que es un patrimonio que se debe conservar y transmitir a las generaciones actuales y venideras.

Económico.

En el ámbito económico, la pandemia afectó de manera significativa la vida de las personas la situación económica en las familias ha cambiado y el viajar a otros sitios por turismo ha pasado a un segundo plano por lo no es una prioridad como tal. Por lo que el nuevo emprendimiento ofrece algo llamativo e innovador donde cuenta con comodidad, pero también cuenta con una riqueza paisajística y sobre todo de fácil acceso.

Tecnológico.

En el ámbito tecnológico, se ha observado como la tecnología avanza y se desarrolla aceleradamente, así mismo la conexión a internet es indispensable ya que se encarga de mantener a las personas comunicadas y para tener una visita más placentera por ello se ha visto factible el implementar el uso de código QR los cuales podrán brindar a los visitantes datos interesantes para que los turistas se

puedan sentir a gusto en el lugar y al mismo tiempo conectados y compartiendo sus momentos en el lugar.

1.5 Matriz Diagnóstica

La matriz diagnóstica, es una herramienta que se la emplea para conocer el estado actual en el que se encontraba el sitio en donde se plantea desarrollar el emprendimiento de un museo temático.

El turismo aportó a la economía ecuatoriana con 2.392 millones de dólares, lo que lo mantiene como la tercera fuente de ingresos no petroleros, después del banano y el camarón, de acuerdo con estimaciones realizadas a partir de los datos de Balanza de pagos del Banco Central del Ecuador. (MINTUR, 2019)

El turismo en el Ecuador es una fuente de ingresos económicos importante para el país y ha ido creciendo con el tiempo, así mismo ha brindado fuentes de trabajo.

En donde el Ministerio de turismo (2020) mencionó que: “1 '471.968 fue la llegada de extranjeros sin venezolanos en el 2018. Teniendo una contribución directa del turismo del 2,2% al PIB del Ecuador en 2019.” (párr. 2)

Una de las estrategias es aprovechar la belleza paisajística de las montañas y lagos con la oferta turística. Esa ha sido uno de los ejes de los emprendedores locales, para dinamizar la actividad en Imbabura. En esta provincia existen 122 manifestaciones culturales y 63 atractivos naturales, de acuerdo con el Plan estratégico provincial de turismo. (El Comercio, 2018)

En la ciudad de Ibarra el turismo está en crecimiento, pero aun así ciertas parroquias aledañas no se han desarrollado en el campo turístico a pesar de contar con espacios de belleza natural y paisajística.

En los alrededores de la ciudad de Ibarra se encuentra Aloburo, que está ubicado al nororiente de la ciudad, está a 13 kilómetros de la urbe; el mismo que se encuentra frente a la majestuosa Laguna de Yahuarcocha. su población étnica está compuesta por el pueblo mestizo – indígena, dando una población de 300 habitantes, y está sentado en una planicie semi – plana, cuenta con un clima

templado – seco y una altitud de 2. 400 msnm. Aloburo por su ubicación geográfica, su carretera, es un sitio privilegiado para observar el paisaje imbabureño, por eso es considerado como un balcón imbabureño, además cuenta con un centro de salud, una UPC y cooperativa de taxis, muy cerca de la zona de estudio. En la comunidad un 90% de la población cuenta con conexión a internet, telefonía móvil y un 50% en lo que se refiere a la telefonía fija; por otro lado, en lo que respecta al nivel de educación de la población en un 90% cuentan con educación primaria, y el 10% restante está constituido por estudiantes de segundo y tercer nivel. (San Miguel de Ibarra GAD, 2020)

Además, a 11km de la comunidad existen dos hosterías, las cuales brindan alojamiento, recreación, alimentación y ocio, estos dos establecimientos podrían ser las principales competencias, del emprendimiento que se está planteando en el presente proyecto, ya que cuentan con más tiempo dentro del mercado turístico.

2 Capítulo II Fundamentación Teórica

2.1 Fundamentos teóricos

2.1.1 Museos

Los museos son lugares que se dedican exclusivamente a la exposición, investigación, conservación y difusión de relevancia cultural o patrimonial de un pueblo o nación. Teniendo tres ramas en las que se divide que son: Arte, ciencias naturales y arqueológicos.

2.1.1.1 Antecedentes históricos.

El ser humano instintivamente y por naturaleza ha sido un ser recolector y con el paso del tiempo y la evolución se volvió un coleccionista marcando con esto el comienzo de los museos.

“*Museiony Pinakothéke* fueron los nombres dados por los griegos y egipcios a los primeros espacios destinados a la acumulación de los conocimientos de la Humanidad. Ptolomeo Filadelfo construyó en Alejandría durante el siglo III a.C.” (Hernández, 2012, pág. 39).

2.1.1.2 Edad Media.

En este periodo histórico la religión en el mundo fue asentándose y ganando más reconocimiento con el pasar del tiempo lo mismo que conllevó a la creación de las iglesias que fueron los primeros lugares donde se presentaban museos para el público.

“La expansión del cristianismo lleva a emplear el arte con una intención pedagógica y moral, para la formación de los fieles: los templos vienen a ser museos públicos (aunque dotados de una cámara del tesoro para las piezas más valiosas).” (Europa Espacio Visual, 2020)

En Europa Espacio Visual (2020) menciona que: “Se interrumpe la exposición pública del patrimonio en recintos civiles; se desestima el *Museion* (Templo de las Musas), con todo lo que comporta para el avance de las ciencias y las letras” (párr. 8).

En la antigüedad se conocían a los museos como un templo que estaba dedicado a las musas, “parece más probable que la palabra museo esté relacionada

con el *Mouseion* de la época clásica. Se trataba de un templo dedicado a las musas, nueve jóvenes diosas las cuales protegían la épica, la música, la poesía amorosa, la oratoria, la historia, la tragedia, la comedia, la danza y la astronomía ". (Mendoza & Sillo, 2009)

2.1.1.3 Renacimiento.

En el renacimiento al haber trascendido de la edad media a la edad moderna donde este movimiento tuvo su inicio en donde se pudo apreciar el arte naciente en esta época, que empezaría con colecciones privadas siendo estas siendo estas muy ostentosas y lujosas.

La idea de atesorar va sustituyéndose a partir del siglo XV por su valoración histórica, artística y documental. De este modo procede con su colección el francés duque de Berry (1340-1416), al que *Von Schlosser* califica de «primer coleccionista moderno» por superar la mera ostentación y la curiosidad, interesándose por documentar sus variadas colecciones. (Europa Espacio Visual, 2020)

Para Europa Espacio Visual (2020): Se añade un valor científico y pedagógico a las colecciones, reunidas por la aristocracia cortesana (los *Gonzaga, Borghese, Ludovici, Famesio, Médici*) la Iglesia (papas Sixto IV y Julio II) y la burguesía culta, que buscan el deleite de lo bello y lo pintoresco. Los mecenazgos potencian la producción artística: la figura del mecenas es encarnada mejor que nadie en Moronda por *Gonne de Médici el Bello* (1389-1464). (párr. 11)

Fue en el Renacimiento que se hizo costumbre el coleccionismo, es en ese momento que comienzan a ser didácticos, educativos y científicos. En este periodo que recibieron formalmente el nombre de museos. Italia fue un fuerte impulsor de las muestras de todo tipo, en tanto, Francia mostró sus colecciones reales a visitantes distinguidos. Al principio solo la burguesía se introdujo en este mundo, posteriormente se darían recintos privados o públicos con la finalidad de un bien común. Los primeros en aparecer fueron el Museo Británico en (1759), Hermitage (1764), Vaticano (1782) y el de Louvre (1793). (Fahrenheit Magazine, 2013)

2.1.1.4 Edad Moderna.

En el presente segmento se abordará el tema que concierne a la edad media como referente en lo que concierne a los museos, su afloramiento en la sociedad y su origen para exponer lo siguiente.

Al finalizar la Época Medieval la palabra Mouseion se cambió con el nombre de MUSEO, con la cual hasta hoy se conserva. Se puede también dar por cierto que los primeros museos se originaron en esta época y, que continuaron acrecentándose paulatinamente. (Mendoza & Sillo, 2009)

2.1.1.5 Época Contemporánea.

En la edad contemporánea ocurrieron varias transformaciones y dentro de ellas estaban las transformaciones artísticas que cambiaron la perspectiva de las personas con relación al arte de la mano con los museos que fueron tomando un papel relevante para la sociedad brindando conocimiento.

Surgen museos privados vinculados a universidades. En 1870 se funda el Museo Metropolitano de Nueva York. En Europa, el avance de la democracia lleva a la utilización del museo móvil o ambulante. ICOM, creado en el año 1946 en París, es la organización internacional de los museos y de los profesionales del museo dedicada a promover los intereses de la museología y de las demás disciplinas relativas a la gestión y a las actividades de los museos. (Europa Espacio Visual, 2020)

2.1.1.6 Definición de museos.

Un museo que es una institución social, cultural y científica, también tiene la perspectiva de registrar espacios significativos desde el contexto económico, los museos son espacios que difunden el conocimiento guardado en obras de arte, manuscrito, pinturas, historia, libros, entre otros. Para conservarlos es importante tomar en cuenta los recursos necesarios e imprescindibles que tienen los museos en donde se hace una transferencia de conocimiento por una aportación económica de los visitantes.

La ICOM define al Museo como: Una institución sin fines lucrativos, permanente, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y expone el patrimonio material e

inmaterial de la humanidad y su medio ambiente con fines de educación, estudio y recreo. (ICOM, 2007)

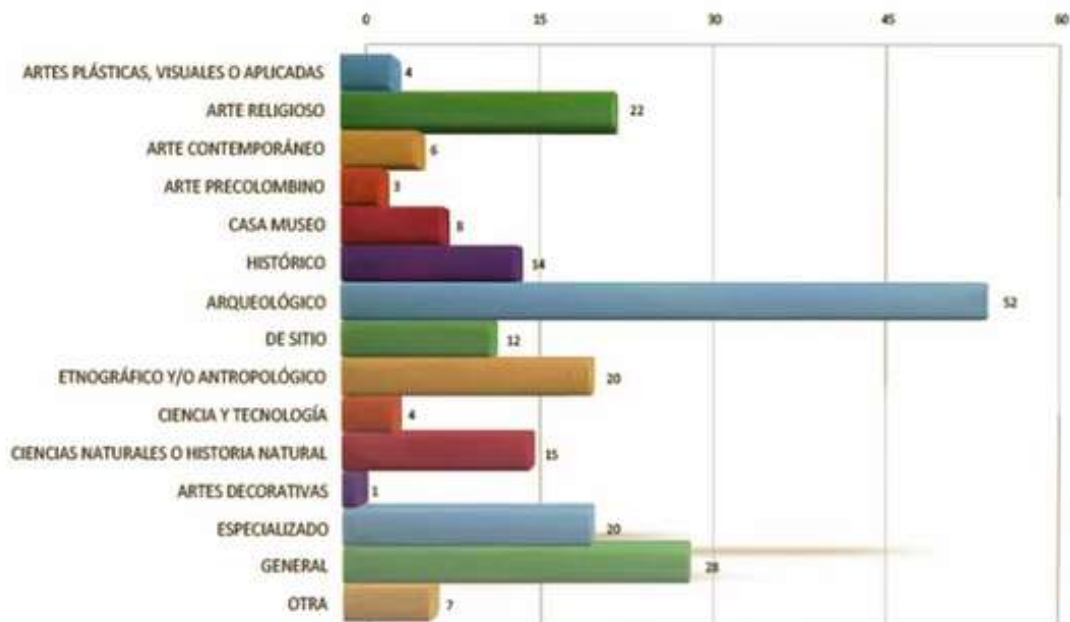
2.1.1.7 Clasificación de museos.

En el contexto de la clasificación de los museos se puede encontrar varios tipos cuya diversidad se constituye en la riqueza y variedad que permite darles diferentes denominaciones.

Según Tapia (2017), los museos pueden clasificarse en:

- **Museos temáticos:** militares, indumentarias, transportes, tauromaquia, marítimos, numismáticos, de instrumentos musicales.
 - **Museos de artes:** bellas artes, artes aplicadas, artes decorativas, artes gráficas, arte sacro, arte romano, arte contemporáneo, escultura, pintura, grabado, cerámica, artes plásticas, arte religioso, arte precolombino.
 - **Museos de una disciplina científica:** arqueología, antropología, paleontología, etnología, historia.
 - **Museos de un período histórico, un territorio o una comunidad cultural concreta:** museo de la revolución, museos de la ciudad, museo judío, museo de sitio
 - **Museos de ciencia y tecnología:** transporte, arqueología industrial, minería, electricidad.
 - **Museos de oficios:** caza, pesca, agricultura, ganadería.
 - **Casas-museo o museos dedicados a un personaje:** artista, literato, político.
- (pág. 79)

Figura 1 Red Iberoamericana de museos tipología de los museos.



Fuente: http://www.ibermuseum.org/wp-content/uploads/2015/08/REDES_MUSEOS_IBEROAMERICA.pdf

2.1.1.8 Museos temáticos.

Los museos temáticos son recintos museísticos que se centran en una temática predominante en particular, existe una gran variedad de temas en los que se puede enfocar el museo.

“El termino temático que acompaña al concepto de museo remite a una motivación o tema que hace homogéneo todo el conjunto del museo. “Otro sentido que adopta la palabra temático es el de la especialización” (Tapia, 2017, pág. 80).

Los museos temáticos son aquellos que se están centrados en tema en particular, dependiendo el aspecto técnico o científico, gastronómico, área de arte y varias opciones más. Lo que predomina en los museos temáticos son las cosas que hay y como está estructurado el mismo.

2.1.1.9 Museo de artes

Este tipo de museos es uno de los más visitados, estos también se especializan en épocas o movimientos artísticos. Para comprender mejor se expondrá definiciones de varios autores.

Comenta Sherman Lee (1995 citado en Cebreros, 2004) menciona que:

“Antes de que existiera realmente el primer museo de arte, las cuevas, los templos, los palacios y las catedrales entre otros sitios, jugaban un papel muy importante pues albergaban las obras de arte con distintos propósitos. (...)” (pág. 21).

Estos museos se dedican a la exhibición de obras de bellas artes, artes gráficas, aplicadas o decorativas, a ellos se unen los del grupo de escultura, galerías de pintura, museos de fotografía, museos de arte religioso y las galerías de exhibición con respecto a las bibliotecas y archivos.

2.1.1.10 Museo científico

El proceso de investigación y la recolección de información minuciosa en donde los resultados de los mismo son los que dan paso a los museos de ciencia y tecnología con diferentes instrumentos para captar la atención del público, así como lo hacen los museos científicos.

Los museos de estudios científicos incluyen en sus encuestas a los museos de ciencia y tecnología entendiéndolos como indicadores de la implicación de los individuos de una sociedad en temas relacionados con la ciencia y la tecnología. Los resultados ofrecidos por diversas encuestas de opinión difieren en los resultados ofrecidos para los museos de ciencia y tecnología. La diferencia de resultados podría deberse a la falta de consenso en la concepción de museo de ciencia y tecnología. (Pérez, 2013, pág. 1)

2.1.1.11 Museos de un período histórico

Este tipo de museos son aquellos cuyas colecciones han sido representadas dentro de una figura histórica. Según la UNESCO afirma que: “en esta categoría están comprendidas las viviendas, los museos y los monumentos históricos de los museos al aire libre que evocan o ilustran ciertos acontecimientos de la historia nacional”

Por otro lado, los sitios históricos también pueden ser considerados como museos, primordialmente lo que exponen aquellos delitos políticos, como también los museos vivientes, en donde se puede recrear un determinado periodo de tiempo.

2.1.1.12 Museos de ciencia y tecnología

Los museos de ciencia y tecnología se encargaban de exhibir la historia natural como esqueletos de aves o animales y sus clasificaciones de minerales y

botánicas a pesar de que aún se mantienen también han surgido varios tipos de museos que han sido fruto de la evolución tecnológica.

Para ampliar el tema Guisasola y *Intxausti*, (2000 citado en Pérez 2013) menciona que:

Los museos de ciencia y tecnología pueden desempeñar un papel importante como espacios de comunicación entre la ciencia, los científicos y la sociedad. Estos museos permiten al ciudadano acercarse comprensivamente al proceso que tiene lugar ante el descubrimiento o el avance científico-tecnológico y su aplicación social; proporcionan conocimientos científico-tecnológicos para el debate de las implicaciones sociales, morales y económicas de los productos y procesos de la ciencia y la tecnología; desarrollan actividades que abren el intercambio de ideas entre científicos en aspectos de actualidad; además, favorecen el debate interdisciplinar donde se pueden explicitar las diferentes facetas de la naturaleza de la ciencia como su filosofía, sociología e historia. (pág. 3)

Los museos al ser lugares de intercambio son capaces de promover las relaciones con la ciencia, tecnología con la comunidad científica, el público y el mismo museo. Así mismo el uso de nuevas tecnologías es muy atractivo a los visitantes por lo tanto se busca promover el interés del público con las nuevas tecnologías que aportan interactividad a los museos.

2.1.1.13 Museos de oficios

Los oficios y las artes representan un conocimiento invaluable que conciernen al patrimonio cultural tangible e intangible de la historia y memoria colectiva cuyo conocimiento se encuentra reflejado en piezas artesanales únicas, técnicas, oficios, prácticas cotidianas, imaginarios, tradiciones y costumbres que vale la pena mostrar como parte de nuestra sociedad, de nuestra identidad y de nuestra riqueza cultural, no para ser exhibidas en el museo como algo estático sino como algo dinámico y constante.

Para Durán y Calderón (2010) el museo de artes y oficios adopta un: “Carácter simbólico de los objetos para que estos sean presentados de manera virtual y sea su imagen la que evoque los diferentes universos simbólicos que representa. El Museo será así un lugar que ofrece una experiencia estética innovadora frente a las artes y los oficios”. (pág. 13)

2.1.1.14 Casas-museo o museos dedicados a un personaje

Estos museos son dedicados a destacar y salvaguardar construcciones históricas utilizadas primordialmente como viviendas de aquellos personales

ilustres, artistas, entre otros más, en ellas se conserva su decoración y las colecciones como objetos que fueron usados en la época.

Las casas museo se podrían comprender como museos históricos, como explica Pérez Mateo, (2010) que las casas museo son:

Las casas museo son una de las tipologías que, con mayor calidad, transmiten unos valores inmateriales que se hacen visibles a través de la exposición de una serie de objetos íntimamente ligados con el propietario, atendiendo la naturaleza de sus colecciones. (pág. 512)

Es así como las casas museo tiene una gran labor en la conservación y difusión del patrimonio inmaterial, en una mayor medida que diferentes tipologías de museos.

2.1.2 Importancia de los museos en el turismo.

El turismo cultural se ha convertido en una potencial en donde los museos son actores esenciales en el desarrollo del turismo, porque en ellos se difunde el conocimiento e idiosincrasia de un lugar buscando promover la conservación de la historia de los sitios. Los museos brindan información valiosa y enriquecedora en el ámbito cultural a las personas que los visitan lo cual hace que eduquen sus mentes de una manera culta.

El turismo cultural va cada vez más en aumento, los museos son actores potenciales en esta actividad turística, donde el intercambio cultural es en sí mismo, factor de conservación y desarrollo cultural. En esta práctica, los museos se han visto beneficiados con el aumento de visitas por parte de turistas, así mismo, se ha visto una creciente modernización en el desarrollo museográfico. (Mendoza D. , 2017)

2.1.3 Historia del ferrocarril

El desarrollo en el ser humano ha sido un pilar fundamental para que se dirán lugar a la creación de inventos e innovaciones, en a lo que transporte se refiere el traslado de las personas ha ido evolucionando y la velocidad en el mismo siempre ha sido un factor de relevancia.

2.1.4 Etimología de la palabra tren.

La etimología de las palabras que se conocen en la actualidad es de relevancia en el conocimiento al momento de realizar una investigación por ello en el presente trabajo se ve pertinente mencionar la etimología de la palabra tren.

Según Petrus (2020), “el término tren, es una forma posverbal del latín *trahere*= arrastrar, tirar de algo, es voz llegada al castellano a través del francés *train*, a su vez del inglés”.

2.1.5 Origen del ferrocarril.

El origen del tren es un suceso importante para la humanidad, como se conoce el ser humano desde tiempo pasado ha estado en la constante búsqueda de productividad en este caso un medio de transporte el cual se encargue de transportar personas y cosas en el menor tiempo posible de una manera segura.

Según El *diolkos*, un antecedente del ferrocarril funcionó en Grecia en el siglo VI a.C. Al revés que los trenes modernos, no tenía raíles elevados, sino excavados en la roca como puedes ver en la siguiente imagen. El ferrocarril, pieza principal de las transformaciones que supuso el tren, existía ya en el siglo XVI, en las minas de Transilvania. Se trataba de carriles de madera que hacían de carretera, dado el estado de los caminos en aquella época. Sobre esa superficie uniforme se deslizaban las pesadas carretas de tracción animal. (Marino, 2018)

2.1.5.1 Primer Ferrocarril.

Para poder consolidar al primer ferrocarril tuvo que pasar por varios procesos de ingenio teniendo como inicio a la primera locomotora a vapor, al principio sus fines estaban enfocados en otra dirección, al pasar de los años se volvió a diseñar un nuevo modelo el cual daría el gran inicio a un gran invento hecho por el ser humano que ha ayudado el desarrollo de muchas naciones.

La presencia del ferrocarril en el mundo generó un cambio en la perspectiva de la economía, se agilitaron todos los procesos de producción y económicos que conllevan a un desarrollo global. El tren además conectó pueblos y ciudades que ayudaron a generar recursos en las mismas. Los productos que se producían en el campo con este invento podían ser transportados a la ciudad con mayor facilidad conectando la dinámica del sector rural y para ellos se va a explicar la historia del primer ferrocarril.

En 1802 nace el primer modelo de locomotora a vapor, la cual podía arrastrar un convoy con un peso de cinco toneladas y recorrer unos 15 km a una velocidad de 20 km/h. Su principal uso en esa época tuvo lugar en las minas, con el objetivo de cargar los minerales, pero no funcionó como se esperaba y fue rechazada la idea. (Marino, 2018)

“En 1802, el mecánico inglés Richard Trevithick construyó en las fundiciones y forjas de *Coalbrookdale*, la primera locomotora de vapor. En 1804, arrastraba un convoy de cinco toneladas y recorría quince kilómetros a la velocidad de veinte por hora”. (Petrus, 2019)

El primer modelo de ferrocarril se inventó en Inglaterra, específicamente en la región de *Coalbrookdale*, donde se utilizó para transportar minerales extraídos de las minas de aquella zona. Se pensó también como transporte de personas, pero ese modelo no funcionó para tal fin debido a la poca velocidad desarrollada. Pocos años más tarde, se diseñó un nuevo modelo de locomotora de vapor llamada *Blucher*, en el condado de Northumberland, Inglaterra. Esta locomotora se utilizó en las minas de *Killingworth*, demostrando que tenía la capacidad de arrastrar hasta ocho vagones con una carga de 30 toneladas de carbón cada uno, alcanzando una velocidad óptima de 7 km/h. (Marino, 2018)

La primera línea ferroviaria en España se construyó en 1848 entre Barcelona y Mataró. Fue promovida por el industrial catalán Miguel *Biada Bunyol*, que había vivido en Inglaterra. Un año después, se construye la línea Madrid-Aranjuez. La primera línea que funcionó en una colonia española lo hizo en Cuba once años antes, en 1837, entre la Habana y Güines, para transportar frutas y tabaco desde Viñales hasta la capital. (Petrus, 2019)

2.1.6 Expansión del ferrocarril en el mundo.

En el planeta existen diferentes escenarios impresionantes y de gran aporte al desarrollo entre ellos se puede mencionar la construcción de la línea férrea siendo uno de los más destacados Inglaterra con la estación de Darlington hasta Stockton, Estados Unidos, Rusia contando con la línea férrea más grande del planeta, en Ecuador que se construyó la línea de ferrocarril que es la más compleja del mundo por sus accidentes geográficos. Para conocer se va a exponer la cronología del ferrocarril en el mundo.

La expansión del ferrocarril en el mundo fue dándose por lo novedoso que era este invento en aquellas épocas en donde el trabajo que realizaban las locomotoras era de beneficio para el ser humano acortando el tiempo de traslado de las minas, la popularidad que tuvo fue impresionante y con ello la evolución de los ferrocarriles empezaría ya que cada vez se buscaba suplir diferentes necesidades ya no solo el de transportar minerales sino el de transportar personas de un lugar a otro de una manera más eficiente, rápida y segura.

En 1830 aparece la primera línea de tren que iba desde la ciudad de Liverpool hasta Manchester. Poco a poco, fueron surgiendo otros fabricantes de ferrocarriles. En la línea que iba de la ciudad belga Lieja hasta *Namour*, funcionaba un ferrocarril que podía superar los 100 km/h. Además, el ingeniero británico Thomas Russell *Crompton* diseñó la máquina de vapor llamada Liverpool en el año 1848, la cual funcionó en la línea de tren desde Londres hasta *Wolverton*. Tan sólo diez años más tarde, en el año 1858 se inventa la iluminación en los vagones con lámparas de gas. Finalmente, en el año 1865 George Pullman inventa el conocido coche cama, que permitió a los viajeros disfrutar de lujos mientras realizaban sus viajes. (Marino, 2018, párr. 11)

El desarrollo y el ánimo de emprender de varias personas alrededor del mundo sirvió para que este gran invento facilitara el desplazamiento de una manera más rápida y efectiva ahorrando tiempo. Así mismo este gran invento ayudó a desarrollar varias tecnologías a partir del mismo.

El carácter emprendedor de los empresarios cubanos, la construcción de ferrocarril en América Latina tuvo que esperar hasta 1950, año en que México tuvo su primer tren de corto recorrido entre Veracruz y San Juan. El primer ferrocarril transcontinental fue el *Union Pacific*, que cruzaba EE UU. Las líneas de ambos lados del país se unieron en Ogden, Utah, en 1869. Para subir los trenes a las Rocosas, se diseñaron las famosas locomotoras *Big Boy*, estrenadas en 1941. (Petrus, 20219, párr. 50)

2.1.7 Cronología del ferrocarril.

Es importante establecer una línea del tiempo en donde se puede conocer a detalle los sucesos más relevantes del ferrocarril y su proceso de evolución y avances en la cronología del ferrocarril.

Para Petrus (2020), la cronología presentada a continuación es la que tuvo el ferrocarril con el transcurso del tiempo.

- **Año 1769:** James Watt inventa la máquina de vapor.
- **Año 1804:** Richard Trevithick adapta la máquina de vapor a una locomotora y la prueba el 21 de febrero en Gales. Es capaz de arrastrar cinco vagones con diez mil kilos de hierro y setenta personas a 8 km/h. La vía se rompió bajo el peso y se abandonó el invento.
- **Año 1811:** John *Blenkinsop* diseña la primera locomotora que funciona con éxito entre Middleton y Leeds, donde había la vía férrea más antigua del mundo, fundada en 1758 para arrastrar vagones con caballos. Es la primera de dos cilindros de la historia y tenía dos ruedas dentadas que engrazaban con los dientes de la vía, pues tenía miedo de que resbalara.
- **Año 1825:** el 25 de septiembre se inaugura la primera línea férrea de Inglaterra entre una mina de carbón cerca de Darlington y el muelle de Stockton.
- **Año 1826:** se inaugura la *Granite Railway*, primera línea férrea en Estados Unidos, para transportar granito desde Quince, Massachussets a un muelle del río *Neponset* en Milton.
- **Año 1829:** se inaugura el 15 de septiembre la línea entre Liverpool y Manchester, de 49,5 km, el primer tren en transportar pasajeros y el primer ferrocarril moderno.
- **Año 1830:** se pone en funcionamiento la primera línea férrea comercial en Estados Unidos entre Baltimore y Ohio. Posee el primer puente diseñado para ferrocarril del mundo,
- **Año 1837:** el 19 de noviembre se inaugura el primer ferrocarril en territorio español en Cuba, entre La Habana y Bejucal.
- **Año 1844:** se elige el ancho de vía ibérico, que será más ancho que el europeo, mucho antes de tener el primer tren. Tendrá seis pies castellanos,

que son 1,67 metros. El ancho europeo es de 1,435 m.

- **Año 1848:** el 28 de octubre se inaugura el primer ferrocarril de España, entre Barcelona y Mataró.
- **Año 1850:** se inaugura el primer ferrocarril de América Latina, en México, entre Veracruz y San Juan.
- **Año 1855:** se estrena en Chile un tramo de la primera línea férrea de América del Sur, entre *Copiapió* y Valparaíso, que no completará sus 187 km hasta 1863. La locomotora fue llamada “La Copiapió”.
- **Año 1863:** el 1 de enero se inaugura en Londres el primer ferrocarril subterráneo.
- **Año 1879:** Werner von Siemens construye en Alemania la primera locomotora eléctrica.
- **Año 1960:** se inaugura primer tren bala o *Shinkansen* en Japón, que desde 1964 une las ciudades de Tokio y Osaka.
- **Año 1981:** se inaugura el primer tren de alta velocidad en Francia, el TGV, entre Paris y Lyon.
- **Año 1984:** se inaugura el primer tren de levitación magnética o *Maglev* en Birmingham, Inglaterra. En 2007 funcionarán sólo dos, uno en *Munich* y otro en Shanghái,
- **Año 1994:** en este año se inaugura el tren Eurostar que enlaza París y Londres bajo el Canal de la Mancha con un tren de alta velocidad.

2.1.8 Historia del Shinkansen: El tren bala japonés.

Este medio de transporte japonés es la evidencia del gran desarrollo tecnológico de Japón al ser este el medio de transporte más veloz y eficiente, además conectan a las ciudades a través de ferrocarriles altamente veloces, facilitando a los ciudadanos el traslado de un lugar a otro.

2.1.8.1.1 Cronología del Shinkansen: El tren bala japonés.

Es importante establecer una línea del tiempo en donde se puede conocer a detalle los sucesos más relevantes del ferrocarril y su proceso de evolución y avances en la cronología del Shinkansen: El tren bala japonés.

Para JAPAN RAIL PASS (2018) la cronología del Shinkansen es presentada a continuación así mismo como los procesos y sucesos que sucedieron en el transcurrir del tiempo:

Inauguración 1964: Se llevó a cabo una ceremonia de inauguración del proyecto ferroviario en 1959, cerca de lo que sería, ahora mismo, la estación de *Mishima* en la línea *Tokaido*. En solo cinco años, se completó la primera línea de tren. El 1 de octubre de 1964, a las 6 de la mañana la línea se abrió al tráfico de cercanías. El tren bala *Hikari* hizo su debut, con un tren que partía de la estación de Tokio y otro, al mismo tiempo, desde la estación de *Shin-Osaka*. Estos modelos Shinkansen de serie cero permanecieron en uso hasta 1999.

El Sanyo Shinkansen, 1975: Los trenes bala Sanyo Shinkansen conectan las dos ciudades más grandes en el oeste de Japón, Osaka y Fukuoka. Esta línea extendió la Línea Tokaido desde Tokio, haciendo posible viajar de Tokio a Fukuoka en aproximadamente cinco horas. En este año, también se añadieron los vagones restaurante a muchos trenes.

La Green Class, 1985: El año 1985 vio el lanzamiento de un nuevo tipo de tren Shinkansen, conocido como la Serie 100. Los vagones *Green Class* empezaron a estar disponibles en estos trenes, brindando la posibilidad a aquellos pasajeros que así lo desearán de disfrutar de una experiencia de viaje en primera clase.

El tren *Nozomi*, 1992: La palabra *Nozomi* significa “esperanza” o “deseo”, y estos nuevos trenes, originalmente Shinkansen serie 300 aunque hoy se les denomina trenes de la serie N700, llevaban consigo los deseos de sus diseñadores. Los trenes *Nozomi* funcionan en las líneas *Tokaido* y *Sanyo Shinkansen*, y son los trenes más rápidos actualmente en circulación en Japón.

El Akita y Nagano Shinkansen, 1997: El Akita es un *mini-shinkansen* de serie E6. La creación de la línea *mini Shinkansen* incluyó la necesidad de convertir pistas existentes de vía estrecha, utilizadas por trenes no *Shinkansen*, en raíles más estrechos. Estas líneas coincidían con otras vías Shinkansen en ciertas áreas. Estos trenes funcionan a velocidades más lentas que los Shinkansen de mayor tamaño, pero alcanzan áreas que anteriormente no tenían servicio de trenes bala

En 2006, los trenes mini-shinkansen habían transportado a más de veinte millones de pasajeros. El Nagano Shinkansen conectó áreas en la Prefectura de Nagano. Ambos trenes estuvieron operativos para los Juegos Olímpicos de invierno de 1998.

El *Hokkaido Shinkansen*, 2016: El *Hokkaido Shinkansen* es el único que circula a través de un túnel submarino, llamado Túnel *Seikan*. De este modo, el túnel conecta la isla norteña de Hokkaido con la isla principal de *Honshu*. Los planes futuros incluyen conectar esta línea a la ciudad de Sapporo para el 2031.

2.1.9 Historia del Ferrocarril en Latinoamérica.

En la historia del ser humano, las vías de comunicación se han transformado en elementos importantes ya que se han convertido en factores básicos que se relacionan entre sí.

Con el invento de la rueda y luego las carretas, que eran por animales, para poder trasladar los productos o a las personas; luego el ser humano vio necesario desarrollar carreteras propicias para el transporte, y eso lo que los llevo a construir el ferrocarril. (Castro, 2006)

Richard *Trevitheik* construyó la primera locomotora eficiente, luego George Stephenson pudo realizar un sistema completo de la locomotora a vapor, que arrastraba vagones, donde iban llevando los productos, como también a personas, en los años de 1781 – 1848. Luego que se evidenció la eficacia del nuevo sistema de transporte, el invento del ferrocarril dio la vuelta todo el mundo, porque su creación se había convertido en un símbolo de progreso. En México en el año de 1850 se inauguró el primer ferrocarril, el camino de hierro unía al pueblo de Veracruz con San Juan, esto para los mexicanos marcaba la nueva era del ferrocarril. (Castro, 2006)

En Latinoamérica, Cuba fue el primer país en tener las líneas férreas, que se inauguraron en el año de 1837 en la Habana. Luego en América del Sur, la Guyana Inglesa en 1850 construyo el trayecto de Georgetown a *Maharcana*, poco después los países que construyeron el camino de hierro fueron Perú y Chile en el año de 1851, Brasil en el año de 1854, seguido por Colombia en 1855 y Argentina en 1857. (Corporación Andina de Fomento, 2007)

El ferrocarril tuvo ventajas que se convirtió en un distintivo de la unión y el desarrollo de los países en progreso. Como es el caso de los granos de café de Colombia y Brasil, el cobre y el salitre de Chile, el estaño de Bolivia, fueron los productos que hallaron en el ferrocarril el instrumento necesario para expansión en un mercado mundial.

Los poblados que se encontraban a lo largo del camino de hierro fueron desviación directa de la integración de los nuevos territorios al mercado internacional. Por otro lado, la creación del ferrocarril también presentaba un problema, cuando estallo la revolución mexicana, todos se observaron que el ferrocarril también era un medio de transporte para las tropas, armas y un medio de comunicación a los diferentes grupos de militares en lucha. (Castro, 2006)

De esa manera Latinoamérica se iba acoplado a la nueva etapa de la evolución en el transporte que se estaba desarrollando en Europa.

2.1.10 Historia del ferrocarril en Ecuador.

A finales del siglo XIX e inicios del siglo XX el ferrocarril dio un cambio en el país lo que causo un impacto muy grande en distintos ámbitos, a pesar de ello conforme va pasando el tiempo la historia del ferrocarril dentro del Ecuador se va perdiendo y de esa manera se va olvidando una obra muy grande dentro del país que hizo una historia y forma parte del patrimonio.

2.1.10.1 Presidencia de Gabriel García Moreno.

La llegada del ferrocarril al Ecuador, García Moreno propone unir la Sierra con la Costa para arrancar con la construcción del ferrocarril, en donde Salgado, (2015) afirma que: “el 31 de enero de 1873, el Banco Central del Ecuador concede el primer préstamo de 80.000 libras esterlinas para la construcción del ferrocarril al gobierno de García Moreno” (pág. 17). Con ello se dio inició a la construcción del tren, en la segunda presidencia de Gabriel García Moreno, se vio rodar a la primera locomotora en el país, desde Yaguachi; tiempo después el primero de mayo, se comenzó a dar el primer servicio entre Yaguachi y San Francisco de Milagro, en la provincia de Guayas.

2.1.10.2 **Presidencia del General Eloy Alfaro.**

Tras la muerte del presidente García Moreno, llega al mando el General Eloy Alfaro en el año de 1895, fue quien retomó y quiso terminar la obra del viejo proyecto del ferrocarril, y desarrolló 91 kilómetros más de vía férrea y agregó cuatro locomotoras, las cuales contaban con vagones para pasajeros, para los productos o cargas y jaulas para el ganado. Fue hasta el año de 1897, que se firmó un contrato para la construcción del ferrocarril más difícil del mundo, con los norteamericanos *Archer* Harman y Edward Morley, quienes ayudaron en la construcción del viejo ferrocarril ecuatoriano.

Una de las grandes dificultades que el gobierno de Alfaro y Harman, por la rugosa geografía ecuatoriana, no se dieron por vencidos, muchos trabajadores tanto nacionales como extranjeros se dieron cita a la construcción de la línea férrea alrededor de 800m de altura llamada la Nariz del Diablo. (Vascones, 2010)

Bravo, (s/f) sostiene que:

Muchas vidas se perdieron en la construcción de lo que hasta ahora se considera una obra maestra de ingeniería, un zigzag cavado en la roca, que permite al tren avanzando, retrocediendo alcanzar la altura necesaria hasta Alausí, en el año de 1902. (pág. 1)

Luego de la entrada triunfal del ferrocarril alrededor de una montaña, ya la línea férrea atravesó las provincias del centro del país, tiempo más tarde llegó a Latacunga, Machachi y Riobamba. El 25 de septiembre de 1908 se inauguró el ferrocarril entre Quito y Guayaquil, en donde se tuvo que pagar 400000 sucres para la construcción de este tramo.

Años más tarde el camino de hierro llega a la ciudad de Ibarra que une con San Lorenzo, luego en el año de 1957 se obtiene la primera locomotora desde la ciudad de Quito hasta San Lorenzo. Años más tarde llega la locomotora a diésel y con esta se terminaría la red ferroviaria del Ecuador. (Castro, 2006)

Este último tramo se lo construyó con el fin de poder transportar materia prima de Esmeraldas, Carchi, Imbabura y Pichincha, pues este ramal hacia un puerto ideal que se encontraba a mitad de la distancia entre Guayaquil y Panamá.

El General Eloy Alfaro y el ingeniero Archer Harman inauguraron el servicio ferroviario denominado como el ferrocarril más difícil del mundo. En el Ecuador se vivía festejos, triunfos, algarabías y discursos de agradecimiento por el cumplimiento de la obra. Irónico que años más tarde, el Gral. Alfaro viajó en su ferrocarril, rumbo al altar donde sería su sacrificio.

Con el pasar de los años dicha obra se fue estropeando, luego con los gobiernos que iban llegando como es el del abogado Jaime Roldós, del Dr. Oswaldo Hurtado y el gobierno del ingeniero León Febres Cordero, que hicieron intentos para darle un mantenimiento a la obra, pero ninguno logró darle esas mejorías al viejo ferrocarril. (Salgado, 2015)

2.1.10.3 Rehabilitación del ferrocarril en la presidencia de Rafael Correa.

En el año 2008, el gobierno ecuatoriano declaró a la red ferroviaria como parte del Patrimonio Cultural ecuatoriano, así brindándole la importancia como “Monumento Civil y Patrimonio Histórico, Testimonial Simbólico”. Durante los primeros cuatro años del Gobierno de Correa se invirtió alrededor de 340 millones para rehabilitar 507km, y de esa manera brindar nuevas oportunidades a los poblados aledaños al camino de hierro.

La infraestructura ferroviaria se transformó a una más favorable para el ruedo de los ferrocarriles, las estaciones se repararon conservando su estructura original y dando un uso adecuado de todos los espacios, bien equipadas y con los servicios básicos para la comodidad y atención al visitante, ya que el presidente Rafael Correa orientó a la rehabilitación del tren al servicio del turismo, como parte de un cambio dentro de la productividad del país.

Con la rehabilitación del ferrocarril ecuatoriano lo que se quería era volver a activar el comercio en las poblaciones aledañas a las líneas por donde rodaba la locomotora.

Uno de los muchos bienes que tuvo la rehabilitación del ferrocarril ecuatoriano fue el cambio de vida en las zonas rurales y la zona urbana, aportó un crecimiento dentro de la producción y economía de las zonas sociales y geográficamente se encontraban en el descuido, y así tuvo su dominio tanto el ámbito social, económico, político y cultural del Ecuador. (Salgado, 2015)

2.1.11 Importancia del ferrocarril dentro del turismo

Los viajes ferroviarios y su concordancia con las actividades de ocio y turismo se ven en los trenes turísticos, que, por medio de sus trayectos, conectan al visitante con los paisajes culturales y naturales, brindando así nuevas experiencias.

La aventura ferroviaria atraviesa varios destinos turísticos, hermosos paisajes ecuatorianos, cascadas, cañaverales, sectores productivos, túneles que fueron construidos para acortar distancia y así atravesar la Cordillera de los Andina, también se disfrutan de puentes que a simple vista parecieran estar suspendidos en el aire.

Muchas parroquias gracias a que el tren se le dio el enfoque a ser un tren turístico se vieron muy beneficiadas porque comenzaron a realizar proyectos relacionados con su música, sus gastronomía y artesanías tradicionales de cada sector, entonces así vieron una manera de generar ingresos a sus comunidades gracias a la presencia del tren del Ecuador.

Es así como muchas de las zonas del Ecuador cuentan con gran afluencia de turistas que provienen de distintas partes del mundo, para llegar a conocer este histórico proyecto del General Eloy Alfaro, que se ha levantado con una nueva alternativa para recursos. (MINTUR, 2013)

2.1.12 Turismo

La actividad turística es mercado a escala integral que está en constante cambio, apoyando al desarrollo de las empresas dentro del sector económico turístico, como también se entiende que implica el desplazamiento de una manera organizada, ya sea individual o grupal, para ello es importante exponer definiciones de varios autores sobre el turismo, para una mejor comprensión.

Tal y como lo asegura la OMT, (2008):

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Estas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, alguna de las cuales se ponen un gasto turístico. (párr.1)

2.1.13 Definición de turismo cultural.

El turismo cultural se comprende como aquel viaje que está enfocado en conocer, percibir y regocijarse del conjunto de rasgos y elementos que hacen distintos a una sociedad, tanto en lo espiritual como en lo material.

Sergio, (2015) sostiene que: “El turismo cultural se define como aquel viaje turístico motivado a conocer, comprender y disfrutar del conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y efectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico”. (pár.2)

Con esto se puede ver que cualquier desplazamiento turístico está ligado al ámbito cultural, porque al momento de visitar distintos lugares, disfrutas de las artesanías que se producen en ese lugar o gustas de su tradicional gastronomía, algunos sitios brindan sitios arqueológicos, iglesias que cuentan con una arquitectura colonial, edificios históricos que van contando sobre la cultura de ese lugar.

Terry, (2019) dice que: “El patrimonio cultural está compuesto por un conjunto de bienes culturales heredado, valorado, respetado, conservado y transmitido de una generación a otra, en un territorio determinado y en ese sentido el patrimonio es también territorial”. (pár.50)

Con ello se puede entender que el turismo cultural es una actividad motivada por experimentar, conocer distintas culturas, como también diferentes formas de vida, las tradiciones y costumbres de los pueblos indígenas, distintos sitios históricos, monumentos, artes, la arquitectura que de una u otra forman caracterizan a los pueblos o comunidades.

2.1.14 Definición de patrimonio cultural tangible.

El patrimonio cultural tangible, es aquel que se lo puede tocar, ya que consiste en bienes inmuebles, como lo son los edificios, lugares arqueológicos, conjuntos históricos, y los bienes muebles como lo son los cuadros, esculturas, instrumentos musicales y las artesanías.

Sergio, (2015) afirma que: “Patrimonio cultural tangible se refiere a los elementos materiales de valor monumental, artístico o simbólico de que los pueblos

van elaborando o edificando a través de su historia y pueden ser observados, palpados y disfrutados en el momento actual” (pár.9).

Con lo antes mencionado podemos palpar que el patrimonio tangible es un conjunto histórico fundamental dentro de la identidad y la memoria de la sociedad, que salvaguarda los valores y bienes culturales para la trasmisión de costumbres y valores.

Cajal, (2018) atestigua que:

El patrimonio cultural tangible compone los monumentos, edificios, lugares arqueológicos, conjuntos históricos, y los elementos naturales, montañas, lagos y otros, también obras de arte, objetos de interés arqueológicos y los objetos de la vida cotidiana, como pueden ser los utensilios, vestidos y otros objetos culturales. (párr.1)

2.1.15 Definición de patrimonio cultural intangible

El patrimonio cultural intangible es un vinculado de elementos de formas de conducta que se vienen de una cultura tradicional, popular o indígena, a los que se les aporta un valor excepcional, para comprender mejor se expondrá definiciones de distintos autores.

Sergio, (2015) sostiene que: “Patrimonio cultural intangible se refiere a los valores no materiales que forman parte del patrimonio, como las técnicas de producción e intercambio, los mitos y leyendas, las ceremonias, representaciones teatrales, entre otros” (párr.10).

El patrimonio cultural intangible, también es conocido como patrimonio cultural inmaterial, que trata de dar importancia y proteger el folklore y otras manifestaciones culturales consideradas tradicionales para la sociedad.

Terry, (2019) sustenta que:

El patrimonio intangible comprende tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional. (párr.55)

2.2 Fundamentación metodológica

2.2.1 Métodos

Para este proyecto que está centrado en un museo con enfoque revalorizador del Tren del Ecuador en la comunidad de Aloburo, Ibarra - Ecuador, en el cual se utilizara varios tipos de métodos como son: método deductivo, método analítico e inductivo.

2.2.1.1 Método analítico.

Este método se utilizó para estudiar, expresar, entender mejor y definir la sostenibilidad del proyecto y sintetizar cada parte de la investigación. A continuación, se expresará una definición de lo que es el método analítico.

Gómez, (2012) afirma que: “El método analítico consiste en la extracción de las partes de un todo, con el objeto de estudiarlas y examinarlas por separado, para ver, por ejemplo, las relaciones entre éstas” (pág. 19).

Este método se utilizó para estudiar, expresar, entender mejor y definir la sostenibilidad del proyecto y sintetizar cada parte de la investigación.

2.2.2 Método deductivo.

El método deductivo se lo manipuló en la elaboración del marco teórico, porque con él se busca es encontrar conclusiones de una deducción por medio de un estudio, como también en el desarrollo en la determinación y justificación del problema, a continuación, se expresará una definición de lo que es el método deductivo.

Para Gómez, (2012):

Este método, a diferencia del inductivo, es el procedimiento racional que va de lo general a lo particular. Posee la característica de que las conclusiones de la deducción son verdaderas, si las premisas de las que se originan también lo son. Por lo tanto, todo pensamiento deductivo nos conduce de lo general a lo particular. (p.19)

2.2.3 Método inductivo.

En el presente trabajo de investigación se basa en una forma de razonamiento que son sometidos a consideraciones a partir del método inductivo que consiste en como lo sostiene Gómez, (2012) que: “El método inductivo, es un procedimiento que va de lo individual a lo general, además de ser un procedimiento de sistematización que, a partir de resultados particulares, intenta encontrar posibles relaciones generales que la fundamenten” (pág. 18).

2.2.4 Método Histórico – Lógico.

Este método se lo manipulo para definir en qué disposición con la ejecución del museo se logrará dar a conocer el transcurso de historia e importancia del tren del Ecuador dentro del país, y así poder obtener un panorama general de los contenidos de estudio, partiendo de sus comienzos hasta la actualidad.

Torres, (2019) dice que: “El método histórico estudia la trayectoria real de los fenómenos y acontecimientos en el de cursar de su historia. El método lógico investiga las leyes generales del funcionamiento y desarrollo de los fenómenos”

2.2.5 Tipos de investigación

Para este trabajo investigativo utilizamos el tipo de investigación documental, descriptiva y de campo, con el fin de diagnosticar si la comunidad de Aloburo cuenta con oferta turística.

2.2.6 Investigación documental.

Este tipo de investigación se lo utilizó en la selección de los temas que conforman el marco teórico, que se la obtuvo de libros, documentales, artículos, etc.; para así desarrollar una bibliografía que tenga varios autores como referencia para llevar a cabo la investigación.

Gómez, (2012) afirma que: “También se denomina de tipo documental, es la dimensión de la investigación que considera todo tipo de documento que contenga información fidedigna; sin ninguna alteración o distorsionada para algunos fines específicos” (pág. 17).

2.2.7 Investigación de campo.

Utilizada para levantar información en el lugar donde se está realizando el trabajo, que ayudará a sacar un análisis de los datos obtenidos mediante las visitas a la comunidad de Aloburo.

2.2.8 Investigación descriptiva.

Este tipo de investigación se lo empleo para describir el problema que deriva de la investigación y de esa manera mitigar los problemas.

La investigación descriptiva es la encargada de brindar a la investigación los datos y características de la población, como hace mención Marroquín (2012):

“También conocida como la investigación estadística, se describen los datos y características de la población o fenómeno en estudio. Este nivel de Investigación responde a las preguntas: quién, qué, dónde, cuándo y cómo” (pág. 4).

2.2.9 Técnicas de investigación

2.2.10 Encuesta.

Es una técnica para recopilar información de opiniones mediante cuestionarios en una muestra específica o un universo, con el objetivo que ayuden aclarar un tema de interés para el encuestador.

La encuesta se la realizó a la población de la provincia de Imbabura para tener un panorama amplio sobre las opiniones de los futuros visitantes del museo.

2.2.11 Entrevista.

Es una técnica de recopilación de información de una forma verbal, sobre un tema de interés para el entrevistador, este tipo de investigación requiere de una amplia capacidad de captar opiniones de los entrevistados para que no quite ni agregue nada en la información obtenida.

2.3 Fundamentación legal de la propuesta

Tabla 1 Fundamentación legal

Norma	Artículo	Fundamentación
Constitución de la República del Ecuador	Sección cuarta Cultura y ciencia Art. 25.- Las personas tienen derecho a gozar de los beneficios y aplicaciones del progreso científico y de los saberes ancestrales.	Este artículo tiene relación con el proyecto porque menciona el derecho de los ciudadanos de gozar el progreso científico
	Capítulo cuarto Soberanía económica Sección primera Sistema y política económicos. Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como	Este artículo se relaciona con el proyecto en el sistema económico en donde se busca una relación equilibrada y en armonía con la naturaleza, así mismo se menciona el sistema económico se integrará de

sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

Sección quinta Cultura

Art. 377.- El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.

Art. 379.- Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros:

Este artículo tiene relación con el proyecto porque fortalece la identidad nacional que es lo que se quiere hacer en el proyecto a realizar, así mismo habla del disfrute de bienes culturales. El presente proyecto lo que busca es revalorizar en tesoro patrimonial como es el tren del Ecuador y por la relevancia histórica que representa para el país como tal.

1. Las lenguas, formas de expresión, tradición oral y diversas manifestaciones y creaciones culturales, incluyendo las de carácter ritual, festivo y productivo.

2. Las edificaciones, espacios y conjuntos urbanos, monumentos, sitios naturales, caminos, jardines y paisajes que constituyan referentes de identidad para los pueblos o que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.

3. Los documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas y museos que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.

4. Las creaciones artísticas, científicas y tecnológicas. 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. (Constituyente, 2008)

**LEY ORGANICA
DE CULTURA**

Art. 3.- De los fines. Son fines de la presente Ley:

a) Fomentar el diálogo intercultural en el respeto de la diversidad; y fortalecer la identidad nacional, entendida como la conjunción de las identidades diversas que la constituyen;

Con respecto a este artículo se ha tomado el literal c en donde menciona que se reconoce el trabajo de la gestión cultural y patrimonial y se relaciona directamente con el proyecto de la implementación de un

-
- b) Fomentar e impulsar la libre creación, la producción, valoración y circulación de productos, servicios culturales y de los conocimientos y saberes ancestrales que forman parte de las identidades diversas, y promover el acceso al espacio público de las diversas expresiones de dichos procesos;
- c) Reconocer el trabajo de quienes participan en los procesos de creación artística y de producción y gestión cultural y patrimonial, como una actividad profesional generadora de valor agregado y que contribuye a la construcción de la identidad nacional en la diversidad de las identidades que la constituyen;
- d) Reconocer e incentivar el aporte a la economía de las industrias culturales y creativas, y fortalecer sus dinámicas productivas, articulando la participación de los sectores públicos, privados, mixtos y de la economía popular y solidaria;
- e) Salvaguardar el patrimonio cultural y la memoria social, promoviendo su investigación, recuperación y puesta en valor; y,
- f) Incentivar la descentralización y desconcentración de la institucionalidad del sector cultural y fortalecer su articulación con los sectores de educación, ciencia y tecnología, turismo, producción y otros que se relacionen con museo con enfoque revalorizador del tren del Ecuador.
-

el ámbito de la cultura. (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2016)

TITULO III.- DEL SISTEMA INTEGRAL

DE INFORMACION CULTURAL Capítulo

Único Art. 9.- Del Sistema Integral de Información Cultural. El Sistema Integral de Información Cultural tiene como objetivo recopilar, sintetizar, difundir y poner en valor la información del ámbito cultural y patrimonial, generada por las entidades públicas, privadas o comunitarias, la comunidad artística y la ciudadanía en general. El Sistema Integral de Información Cultural es una herramienta de visibilización y fortalecimiento del sector, de afirmación de la naturaleza profesional de quienes trabajan en la cultura y el arte, ya sean creadores, productores, gestores, técnicos o trabajadores que ejerzan diversos oficios en el sector. Es asimismo un medio para conseguir la mejora de la organización, la integración y la interrelación de los profesionales de la cultura y el arte, la facilitación de los procesos, formalización y profesionalización de las actividades y emprendimientos, planificación y construcción de las políticas públicas. El ente rector de la Cultura y el Patrimonio utilizará las herramientas e infraestructura informática disponible a través de las entidades del sector público para generar,

Este artículo hace mención el objetivo de recopilar, sintetizar, difundir, así mismo como poner el poner en valor en el ámbito cultural y patrimonial en donde menciona entidades privadas por lo cual hace que el proyecto del museo que busca revalorizar el patrimonio del tren.

fortalecer y actualizar el Sistema Integral de Información Cultural. El Sistema Integral de Información Cultural será gestionado, administrado y custodiado por el Ministerio de Cultura y el Patrimonio y, se regirá por la normativa que se emita para el efecto. (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2016)

**LEY DE
PATRIMONIO
CULTURAL**

Art. 4.- El Instituto de Patrimonio Cultural, tendrá las siguientes funciones y atribuciones:

- a) Investigar, conservar, preservar, restaurar, exhibir y promocionar el Patrimonio Cultural en el Ecuador; así como regular de acuerdo a la Ley todas las actividades de esta naturaleza que se realicen en el país;
- b) Elaborar el inventario de todos los bienes que constituyen este patrimonio ya sean propiedad pública o privada;
- c) Efectuar investigaciones antropológicas y regular de acuerdo a la Ley estas actividades en el País; d) Velar por el correcto cumplimiento de la presente Ley; y, e) Las demás que le asigne la presente Ley y Reglamento. (COMISION DE LEGISLACION Y CODIFICACION, 2004)

Con respecto a este artículo menciona la conservación y preservación del Patrimonio Cultural en el país siendo estos de propiedad pública como privada que es lo que busca para la implementación del museo con enfoque revalorizador del tren del Ecuador.

**CAPITULO I
GENERALIDADES**

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

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.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;

En lo que respeta los siguientes artículos tomados en cuenta con relación al proyecto en donde el desplazamiento de personas a lugares distintos al de su residencia habitual ya se convierte en una actividad turística y así mismo la iniciativa privada que es lo que se está realizando con el presente proyecto es un pilar fundamental para el turismo.

d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos. (Ministerio de turismo, 2014)

REGLAMENTO

**GENERAL A LA
LEY DE
TURISMO**

Art. 14.- Actividades específicas cuyo ejercicio puede ser contratado con la iniciativa privada. - De acuerdo con lo establecido en el artículo 18 de la Ley de Turismo, el Ministerio de Turismo podrá contratar con la iniciativa privada la prestación de los siguientes servicios técnicos y administrativos:

- a) La determinación de la clasificación y categoría que le corresponde a cada establecimiento;
- b) La verificación del uso de los bienes turísticos exentos de impuestos;
- c) La calificación de proyectos turísticos que se acojan a los beneficios tributarios;
- d) Los centros de información turística;
- e) La determinación pericial de las inversiones para efectos tributarios; y,

La relación que tiene el artículo con el proyecto el cual es la implantación de un museo con enfoque revalorizador en donde se menciona la iniciativa privada.

f) Otros que resuelva el Ministerio de Turismo, excepto aquellos que se transfieran a los gobiernos provincial y cantonal producto del proceso de descentralización de competencias. (Ministerio de turismo, 2015)

REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGANICA DE CULTURA	<p>CAPITULO IV DEL INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL Sección Primera: Del Instituto y sus competencias</p> <p>Art. 41.- Del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. - El INPC es una persona jurídica de derecho público, con sede principal en la ciudad de Quito y presencia nacional a través de Direcciones Zonales y Centros de Investigación. El INPC, en el marco de la investigación, fortalecerá los Centros de Investigación en territorio y reservas especializadas en patrimonio cultural, promoverá el desarrollo de nuevas tecnologías y metodologías, coordinará con instituciones académicas o investigativas, públicas o privadas, nacionales o extranjeras. Asimismo, se encargará la promoción y la puesta en valor del patrimonio cultural nacional y ejercerá el control técnico para la conservación de dicho patrimonio. (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2017)</p>	<p>Con respecto a este artículo se relaciona con el emprendimiento porque hace mención en la promoción, así como y la puesta en valor del patrimonio cultural que es lo que se realizará con el museo.</p>
PLAN NACIONAL BUEN VIVIR	<p>Objetivo 5. Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad</p>	<p>El proyecto busca que el museo se convierta en un lugar donde se pueda fortalecer la identidad</p>

PARA EL 2017- 2021	nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017)	nacional mantenido viva la historia del tren del Ecuador.
-------------------------------	--	---

Fuente: Las autoras

3 CAPÍTULO III: Propuesta

3.1 Estudio de mercado

En el presente trabajo el estudio de mercado que se debe realizar debe ser escogido de una manera minuciosa ya que de ello dependerá el desarrollo y factibilidad que tiene la implementación de un museo con enfoque revalorizador del tren del Ecuador, en la comunidad Aloburo Ibarra-Ecuador.

Para profundizar el tema se investigó documentos de apoyo, textos, como también en páginas web que estaban relacionadas con el tema que se está desarrollando en el presente proyecto.

3.2 Tipo de muestreo y cálculo de la muestra

Al desarrollar la investigación de mercado lo que se debe realizar es un muestreo de manera en donde los resultados son elementos para analizar con la misma posibilidad de ser escogidos

En la presente investigación de mercado de utilizo la encuesta y entrevista como una principal fuente de información, para obtener el total de encuestas a realizarse, se procedió a el cálculo de la muestra y así saber si es factible el emplear la encuesta.

El tamaño de la muestra depende de tres aspectos:

- Error permitido
- Nivel de confianza con el que se desea el error.
- El carácter infinito o finito de la población

3.3 Universo

En la parte de metodológica del proyecto se tiene que delimitar apropiadamente la población de estudio en tiempo y espacio, para tomar una muestra y así poder calcular el universo, para esto Espinoza, (2016) afirma que: “es el conjunto elementos finitos o infinitos, definidos por una o más características, de las que gozan todos los elementos que lo componen” (pág. 2).

Para determinar el universo de estudio, se tomó como referencia a la población económicamente activa de la provincia de Imbabura, con una población de 146 868, el cual representa el universo.

Tabla 2 Universo, población económicamente activa

Población Nacional	Cantidad
<i>Imbabura</i>	146 868
Total	146 868

Fuente: Las autoras

Tabla 3 Estratificación del universo

Provincias / Países	N° de habitantes	N° de fracción muestral	Muestra
<i>Imbabura</i>	146 868	0.002614592	384
Total	146 868		384

Fuente: Las autoras

Nota. La tabla presenta la estratificación del universo de estudio, en donde indica el número de muestra aplicada en la provincia de Imbabura.

3.4 Muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizó la población económicamente activa de la provincia de Imbabura con un total de 146 868. El cálculo del tamaño de la muestra se aplicó la fórmula que se detalla a continuación.

Para sacar el tamaño de la muestra se utilizó:

$$n = \frac{NZ^2S^2}{d^2(N - 1) + Z^2S^2}$$

Tabla 4 Valor de Z, nivel de confianza

% error	Nivel de confianza	Valor de Z calculado en tablas	Valor de D
1	99%	2.58	0.001
5	95%	1.96	0.05
10	90%	1.645	0.1

Fuente: Las autoras

Nota. la tabla presenta el nivel de confianza y el valor de D, que será utilizado en la fórmula muestral.

El presente proyecto cuenta con un nivel de confianza del 95%, lo que indica que tiene un 5% de margen de error, para que así los valores que se obtengan de la muestra se acerquen a la población de Imbabura y nos permita acceder a datos reales del estudio.

- **Formula muestral n:** tamaño de la muestra
- **N:** 146 868 (PEA de Imbabura)
- **S:** 0.5
- **Z:** 1.96
- **d:** 0.05

Al aplicar la formula se obtuvo:

$$n = \frac{(146\ 868)(1.96)^2(0.5)^2}{(0.05)^2(146\ 868 - 1) + (0.5)^2(0.5)^2}$$

- **Tamaño de la muestra: 384**
- **La fracción muestral, se calculó de la siguiente manera:**

$$f = \frac{n}{N}$$
$$f = \frac{384}{146\ 868} = 0.002614592$$

3.5 Instrumentos de recolección

3.5.1 Entrevista

Es una técnica de recopilación de información de una forma verbal, sobre un tema de interés para el entrevistador, este tipo de investigación requiere de una amplia capacidad de captar opiniones de los entrevistados para que no quite ni agregue nada en la información obtenida.

Para la recolección de información se utilizó una entrevista semiestructurada, la cual contenía preguntas abiertas y estaba dirigida a diferentes pobladores de comunidad Aloburo, esta información servirá como instrumento para tener información de real acerca de la comunidad, que nos permita conseguir concluir con los objetivos planteados en el presente proyecto.

3.5.2 Encuesta

Es una técnica para recopilar información de opiniones mediante cuestionarios en una muestra específica o un universo, con el objetivo que ayuden a aclarar un tema de interés para el encuestador.

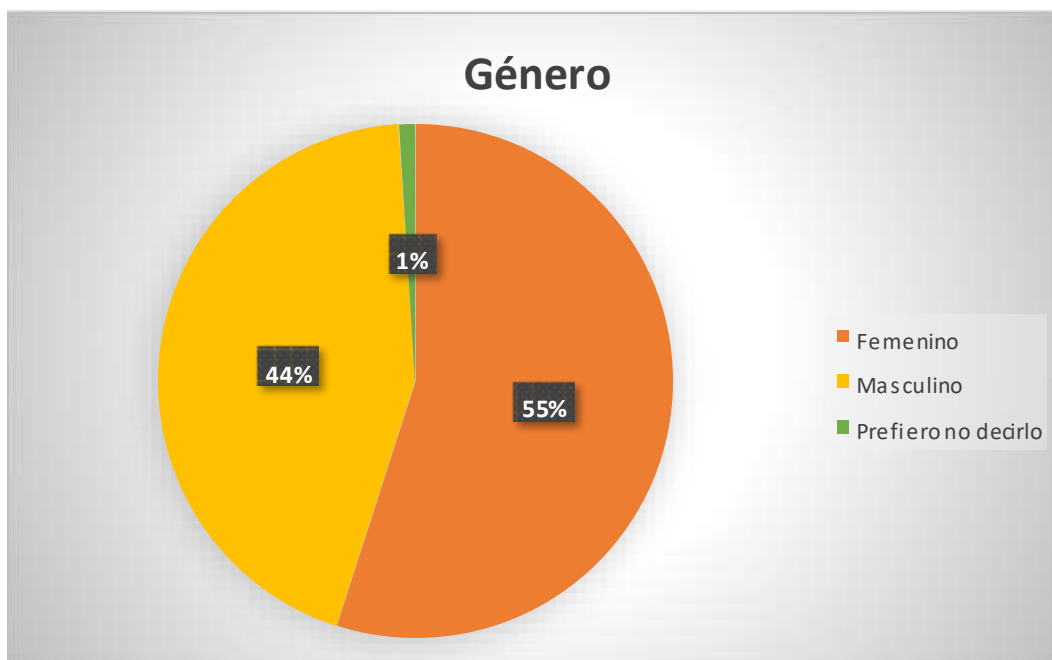
La encuesta ayudará a la recolección de datos para tener una visión más amplia con respecto a la propuesta del proyecto, para así realizar un análisis por medio de las preguntas planteadas dentro de la misma, estas preguntas fueron formuladas de forma cerrada, para poder determinar las características del tema a ser investigado.

Las encuestas fueron aplicadas a nivel nacional a la población de la provincia de Imbabura, para identificar la aceptación de la propuesta del proyecto.

3.6 Resultados y discusión

Al haber alcanzado con el número de muestra ya determinado los resultados serán mostrados a continuación desglosando y analizando cada pregunta según la encuesta realizada con antelación.

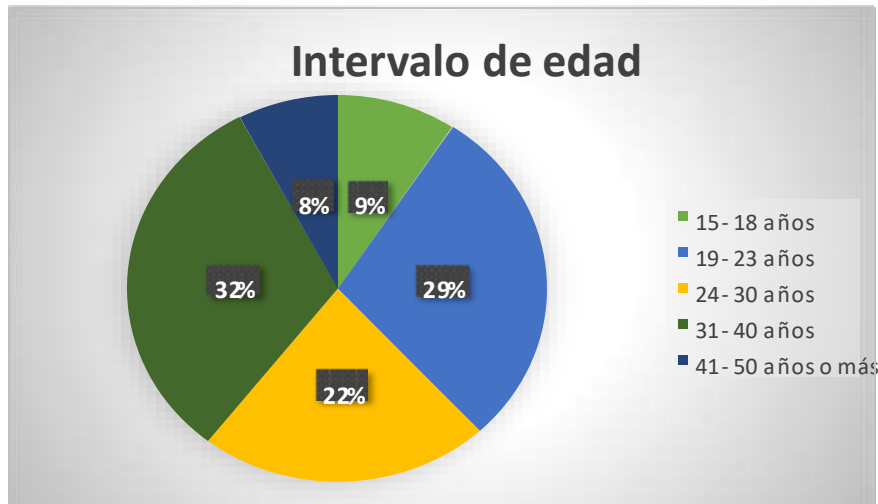
Figura 2 Pregunta 1. Escoja el género al que pertenece



Fuente: elaborado por las autoras

En la primera pregunta de la encuesta realizada se obtiene como resultado que el 54% de los encuestados son mujeres que representa a 211; y el 44% a 169 hombres; curiosamente 4 personas que equivale al 1 % de los encuestados, prefieren no identificarse.

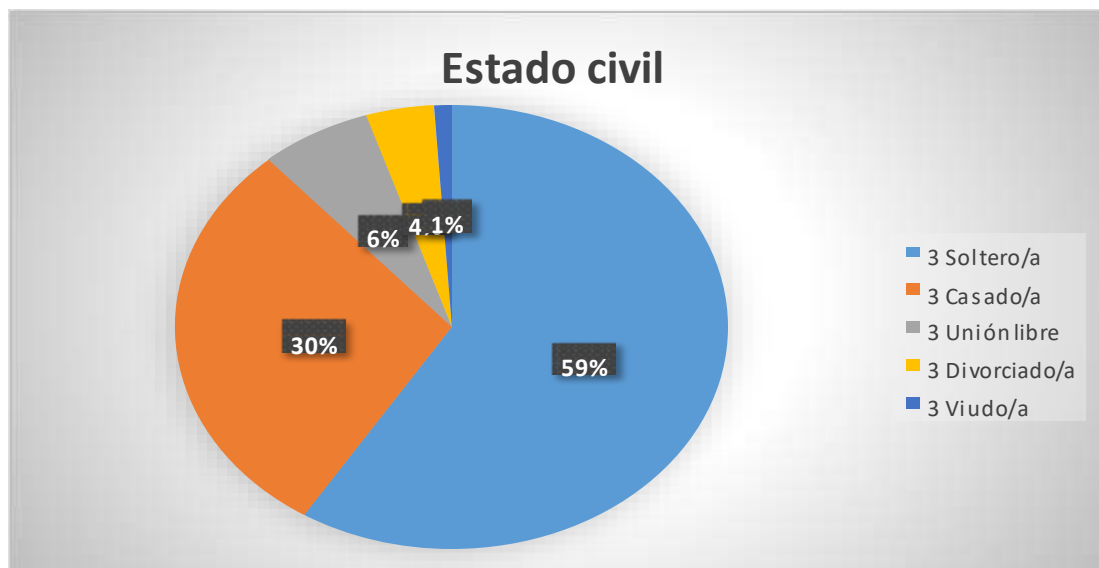
Figura 3 Pregunta 2. Marque su intervalo de edad



Fuente: elaborado por las autoras

En esta pregunta el 31,7% (123 personas) se ubican en el rango o intervalo de 24 a 30 años; el 28,9% (112 personas) se encuentran en el rango de 19 a 23 años. Así mismo, el 22,4% (87 personas) se sitúan en el intervalo de 31 a 40 años; y finalmente, un 7,7% (30 personas) están localizados en el intervalo de 41 a 50 años. Con estos datos se infiere que, los potenciales clientes para nuestro proyecto son los grupos que se ubican entre el rango de 24 a 30 años, y de 19 a 23 años.

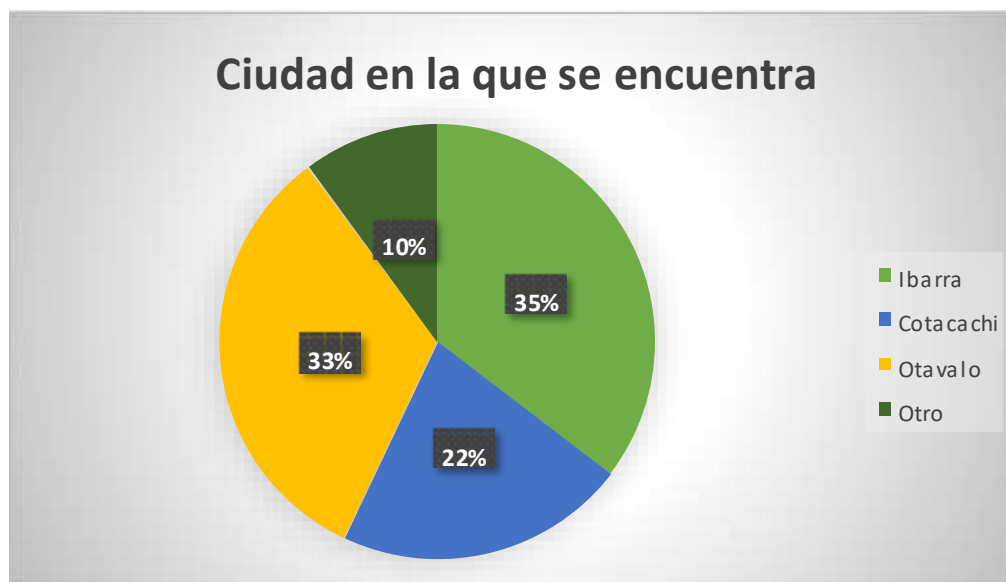
Figura 4 Pregunta 3. Estado civil



Fuente: elaborado por las autoras

Con respecto al estado civil de los encuestados dan como resultado que el 59% (227 personas) se encuentra solteras, el 29,6% (114 personas) se encuentran casadas, el 6,5% (25 personas) se encuentran en unión libre, el 3,9% (15 personas) están divorciadas y el 1% (4 personas) son viudas.

Figura 5 Pregunta 4. Provincia en la que se encuentra



Fuente: elaborado por las autoras

Con respecto a esta pregunta las encuestas realizadas en las ciudades de Ibarra, Otavalo y Cotacachi se obtiene lo siguiente: El 35% (186 personas) son ibarreños; el 33% (126 personas) son de Otavalo; el 22% (83 personas) son de la ciudad de Cotacachi, y apenas el 10% (39 personas) residen en otros sitios del país.

Figura 6 Pregunta 5. Indique su ocupación



Fuente: elaborado por las autoras

Con respecto a esta pregunta, se constata que el 41% fueron estudiantes, el 33% es de los encuestas respondieron que se son empleados públicos, el 9% manifestó que trabaja en el sector privado, el 5% de los encuestados son emprendedores o trabajan de manera independiente, así mismo el otro 5% son comerciantes, el 3% son se dedican a los quehaceres del hogar, el 2% corresponde a otras actividades que realizan las personas, el 1% se encuentran desempleados por el momento, el otro 1% son artesanos.

Figura 7 Pregunta 6. Nivel de ingresos económicos



Fuente: elaborado por las autoras

Con los datos que se obtuvieron se infiere que el nivel de ingresos económicos de los de los encuestados señalan que el 35% que corresponde a 134 de los encuestados que cuentan con ingresos económicos de \$301 a \$500; dentro del 34% 127 personas reciben un ingreso menor de \$200; el 14% que son 55 personas que cuentan con ingresos económicos entre \$501 a \$800; el 9% de los encuestados que son 36 personas, el 4% que son 15 personas cuentan con un ingreso económico de \$801 a 1000 y finalmente el 4% son 13 personas que cuentan con un ingreso económicos de \$1001 en adelante. En donde se puede observar que los encuestados si cuentan con recursos económicos para realizar visitas al museo y adquirir los servicios a brindar dentro del mismo.

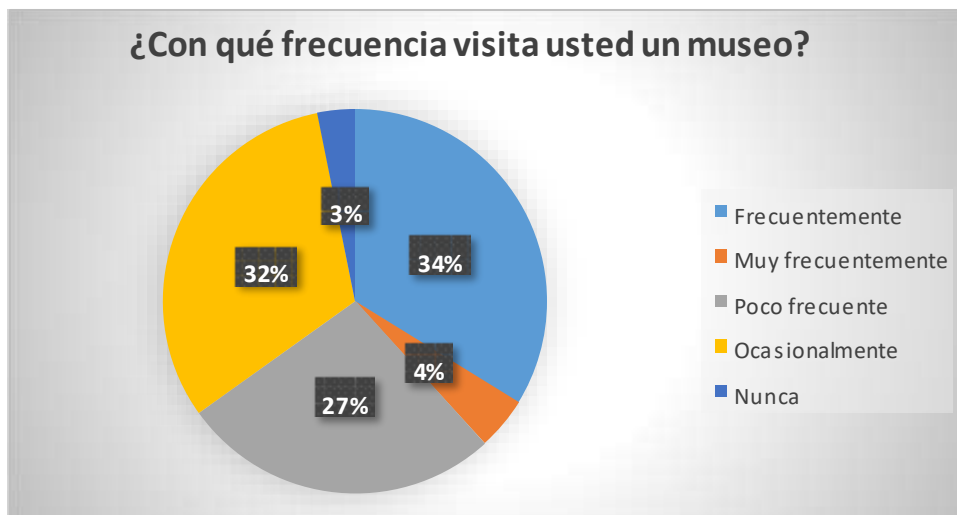
Figura 8 Pregunta 7. Perfil del turista. ¿Le gusta visitar museos?



Fuente: elaborado por las autoras

Con los datos que se obtuvieron en la pregunta se puede deducir que el 89% siendo 340 les gusta visitar museos en donde se puede evidenciar la factibilidad del proyecto porque los encuestados muestran interés en hacer visitas a museos.

Figura 9 Pregunta 8. ¿Con qué frecuencia visita usted un museo?



Fuente: elaborado por las autoras

Con respecto a esta pregunta las respuestas de los encuestados muestran cuan frecuente son visitas a los museos de la muestra con el 34% siendo 130 personas que visitan museos frecuentemente. Mostrando un resultado favorable al proyecto porque en las respuestas de los encuestados se puede evidenciar que

unas 147 personas son que disfrutaron de su tiempo visitando lugares de aprendizaje como lo son los museos.

Figura 10 Pregunta 9. Usted suele acudir a estos establecimientos



Fuente: elaborado por las autoras

En esta pregunta los resultados muestran que el 42% siendo 162 personas acuden a museos en compañía de su familia, el 40% que son 154 personas acuden a los museos en compañía de sus amigos. Se puede inferir que los datos obtenidos muestran factibilidad y proyectan que 126 personas les gusta visitar museos en compañía de su familia y 154 personas prefieren hacer las visitas con amigos en donde el museo puede recibir a grupos y con ello enfocarse en el marketing de visitas grupales y familiares.

Figura 11 Pregunta10. ¿Qué medios usa usted para obtener información con referencia a los museos?



Fuente: elaborado por las autoras

Con respecto a esta pregunta el 54% que son 207 personas usan las redes sociales como medio para obtener información con referencia a los museos, el 30% que corresponde a 114 personas las cuales prefieren obtener información por páginas web. Con lo que se infiere que el uso de redes sociales y páginas web serán esenciales para brindar y recabar información a los visitantes y hacer reservaciones previas, agilitando los procesos para ambas partes.

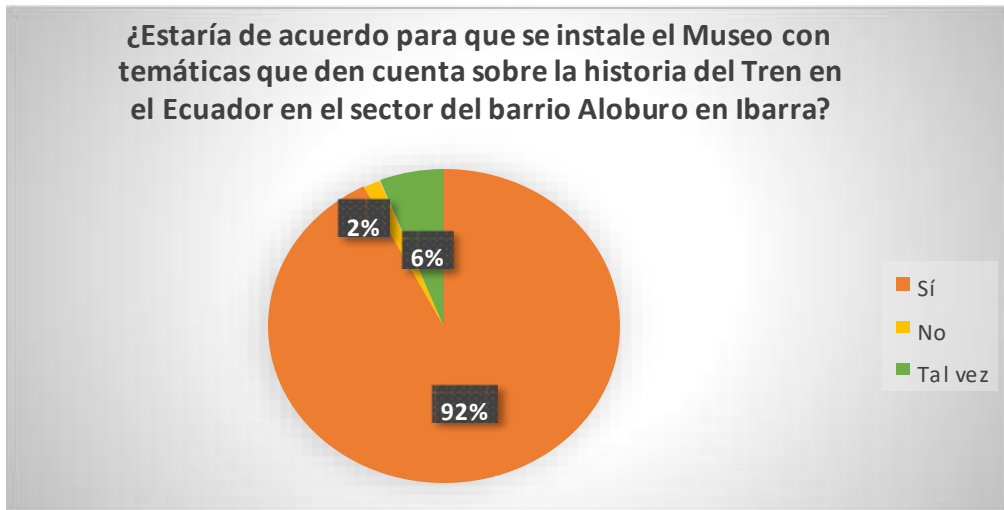
Figura 12 Pregunta 11. ¿Qué tipo de museos le gustaría visitar?



Fuente: elaborado por las autoras

Con respecto a los resultados de la pregunta se tiene que el 22% de los encuestados que son 82 personas les gustaría visitar museos generales, el 16% de los encuestados que son 62 personas les gustaría visitar museos especializados. Con estas respuestas se puede inferir que el museo temático si tendrá acogida por parte de la ciudadanía porque en el proyecto lo que se busca es en base a un museo general añadir una temática con enfoque revalorizador.

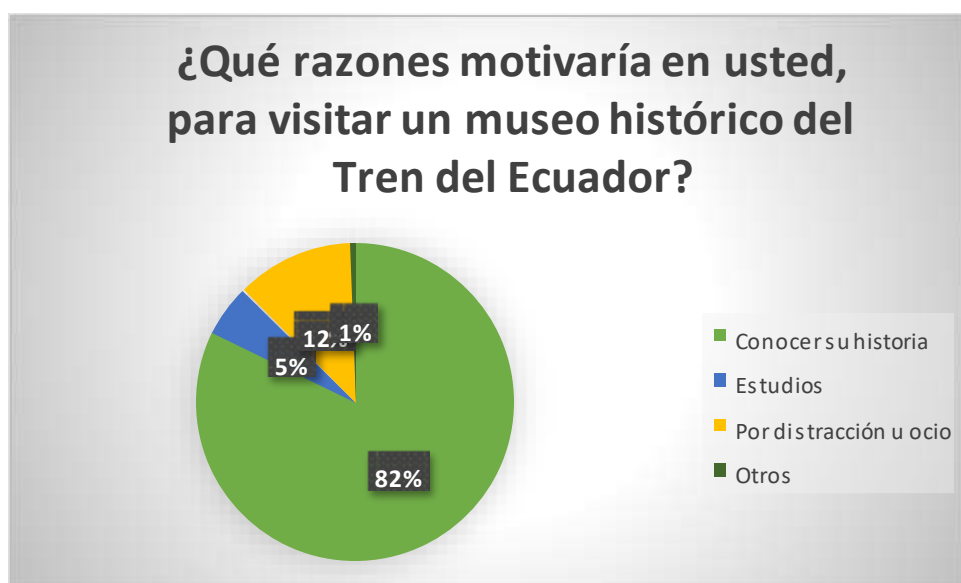
Figura 13 Pregunta 12. ¿Estaría de acuerdo para que se instale el Museo con temáticas que den cuenta sobre la historia del Tren en el Ecuador en el sector del barrio Aloburo en Ibarra?



Fuente: elaborado por las autoras

Al analizar los resultados de la pregunta en donde se muestra que el 92% siendo 355 personas está a favor del proyecto cuyo resultado es favorable para las intenciones del presente proyecto en donde se busca instalar el Museo con temáticas que den cuenta sobre la historia del Tren en el Ecuador en el sector del barrio Aloburo en Ibarra.

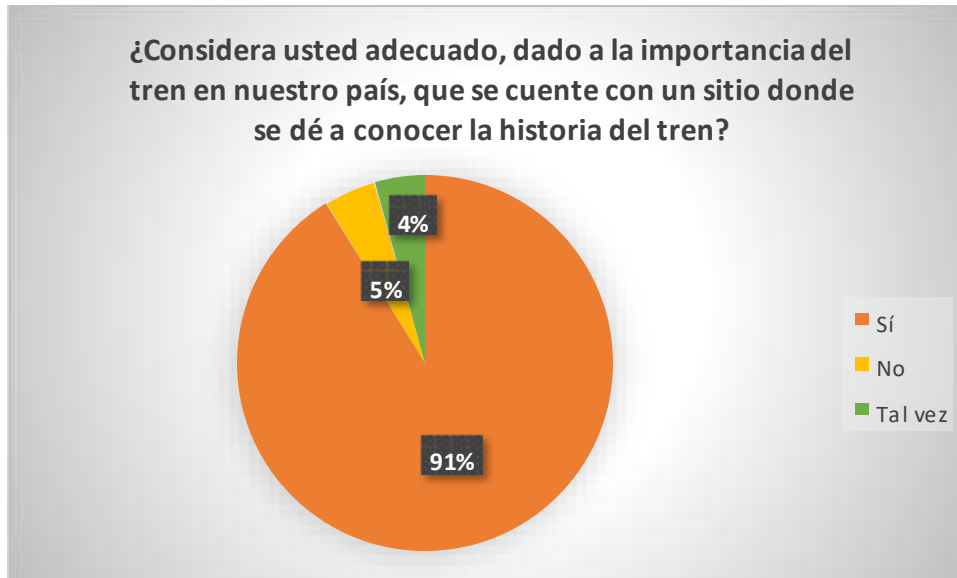
Figura 14 Pregunta 13. ¿Qué razones motivaría en usted, para visitar un museo histórico del Tren del Ecuador?



Fuente: elaborado por las autoras

Las respuestas emitidas por los encuestados muestran que el 82% que son 316 personas les motivarían visitar un museo histórico del Tren del Ecuador para conocer su historia. Con ello se puede deducir que las personas si tienen interés en conocer e indagar los sucesos y acontecimiento que atravesó en tren en el país.

Figura 15 Pregunta 14. ¿Considera usted adecuado, dado a la importancia del tren en nuestro país, que se cuente con un sitio donde se dé a conocer la historia del tren?



Fuente: elaborado por las autoras

Al haber obtenido los resultados de esta pregunta se puede conjeturar el 91% de los encuestados que son 351 personas que consideran de importancia del tren del Ecuador, cuente con un sitio donde se pueda dar a conocer la historia del tren, así como el 5% con 17 personas que seleccionaron la respuesta no y el 4% con 17 personas que seleccionaron la respuesta tal vez.

Figura 16 Pregunta 15. ¿Cree usted que se incrementa el turismo en la comunidad, con miras de visitar el museo histórico del Tren del Ecuador?



Fuente: elaborado por las autoras

Al haber analizado el resultado de la pregunta en donde se puede encontrar que el 91% que son 349 personas las cuales creen que sí se incrementará el turismo en la comunidad con miras de visitar el museo histórico del Tren del Ecuador, así como el 7% de los encuestados que son 29 personas creen que tal vez se incrementará el turismo en la comunidad con miras de visitar el museo histórico del Tren del Ecuador.

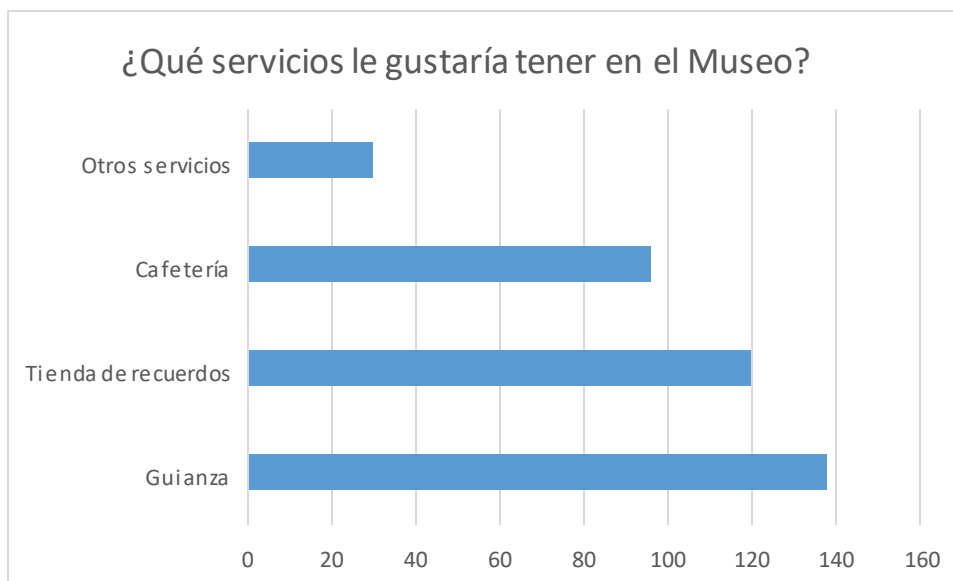
Figura 17 . Pregunta 16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por entrar a este tipo de Museo?



Fuente: elaborado por las autoras

Al realizar esta pregunta se busca tener una idea clara sobre el precio que estarían dispuestos los visitantes a pagar por entrar y disfrutar de una visita al museo en donde el 74% de los encuestados que son 283 personas estarían dispuestas a pagar de \$2 a \$3 dólares, en cuanto el 25% que son 93 personas estarían dispuesta a pagar de \$4 a \$5 dólares y el 1% que son 6 personas pusieron su respuesta en otros.

Figura 18 Pregunta 17. ¿Qué servicios le gustaría tener en el Museo?



Fuente: elaborado por las autoras

Los servicios que les gustaría tener a los visitantes en el museo a lo que predomina en las respuestas es la guianza con un 43,6% siendo 168 persona, a lo que el 35,2% que son 135 personas prefieren un servicio de tienda de recuerdos, así mismo el 32,1% que son 123 personas tiene más afinidad por que exista una cafetería y el 8,6% que son 33 personas que preferirían otros servicios.

3.7 Segmento de mercado consumidor

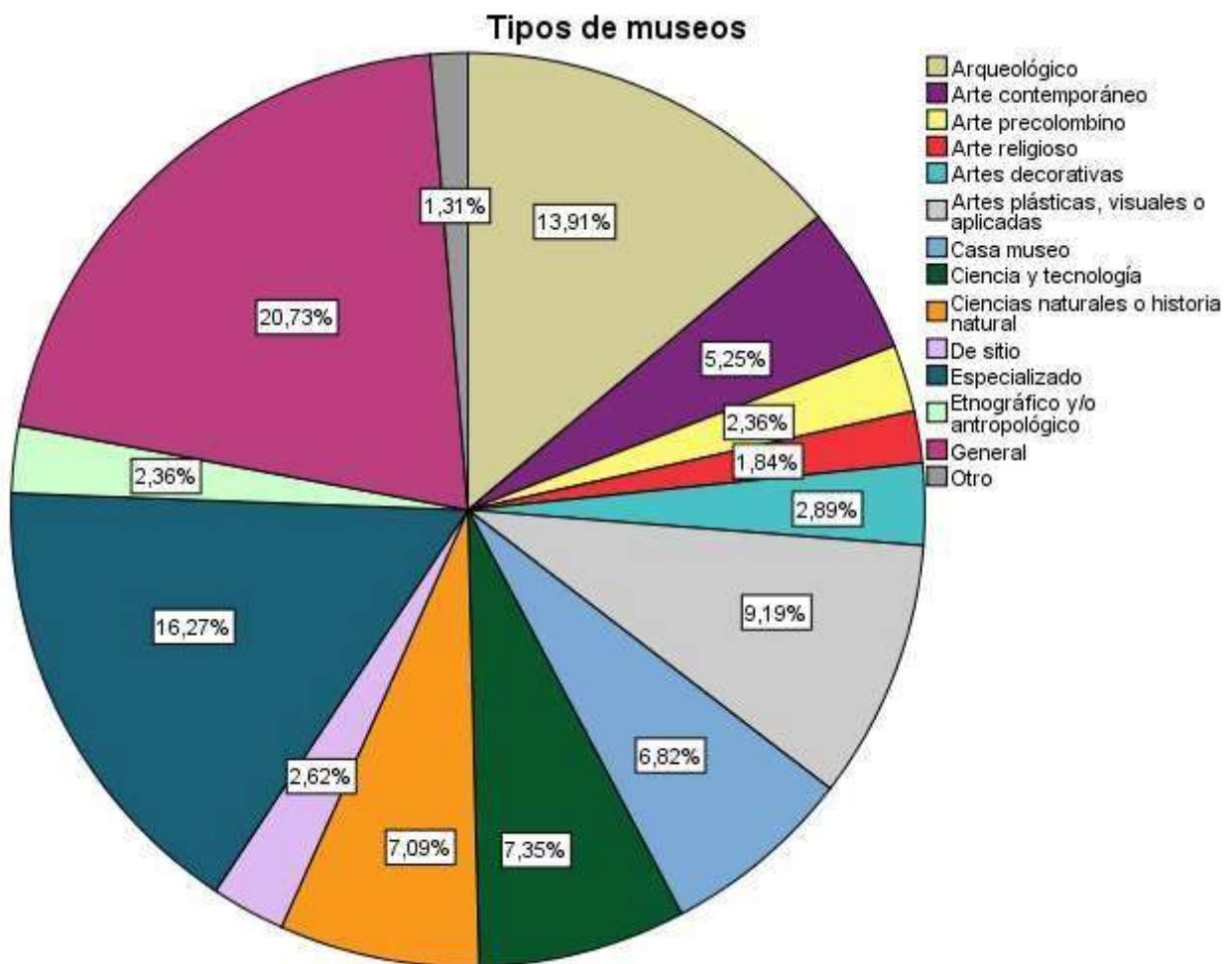
Figura 19 Preferencia de la visita de museos



Fuente: Elaborado por los autores a partir de programa SPSS

Al obtener este resultado de un 88,5% nos muestra que a las personas si les gusta visitar museos y expandir su conocimiento a través de los mismo, por lo que hace que la historia que cuentan los museos se mantenga vivaz y se permita ser compartida.

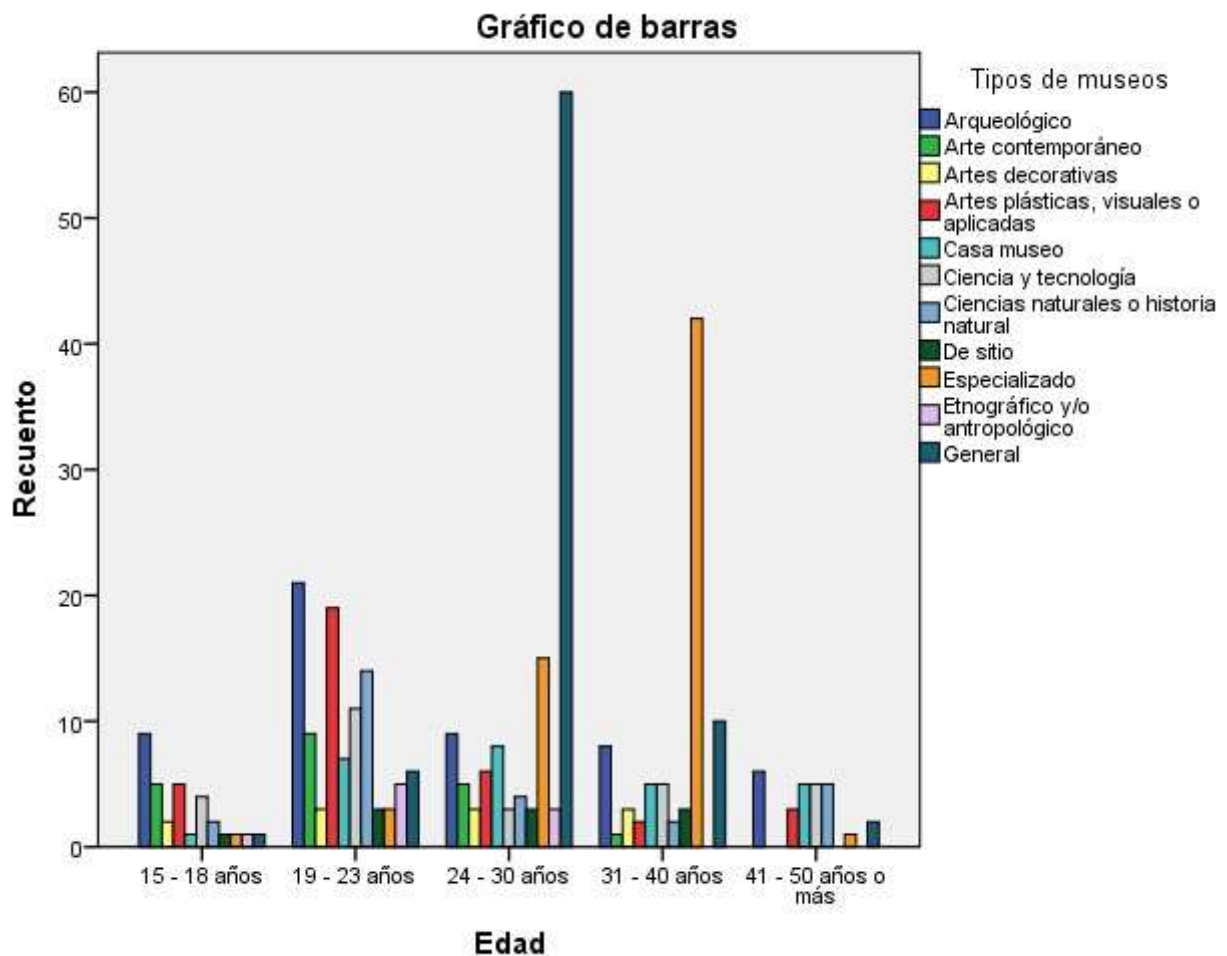
Figura 20 Tipología de museos



Fuente: Elaborado por los autores a partir de programa SPSS

Al realizar el respectivo análisis se pudo observar el que el rango la preferencia que mostraron los encuestados sobre los tipos de mercado, conociendo en ello los tres más relevantes que son: museos generales, museos especializados y museos arquitectónicos. Lo que conlleva a observar de cierta manera aceptación por parte de la población frente al proyecto.

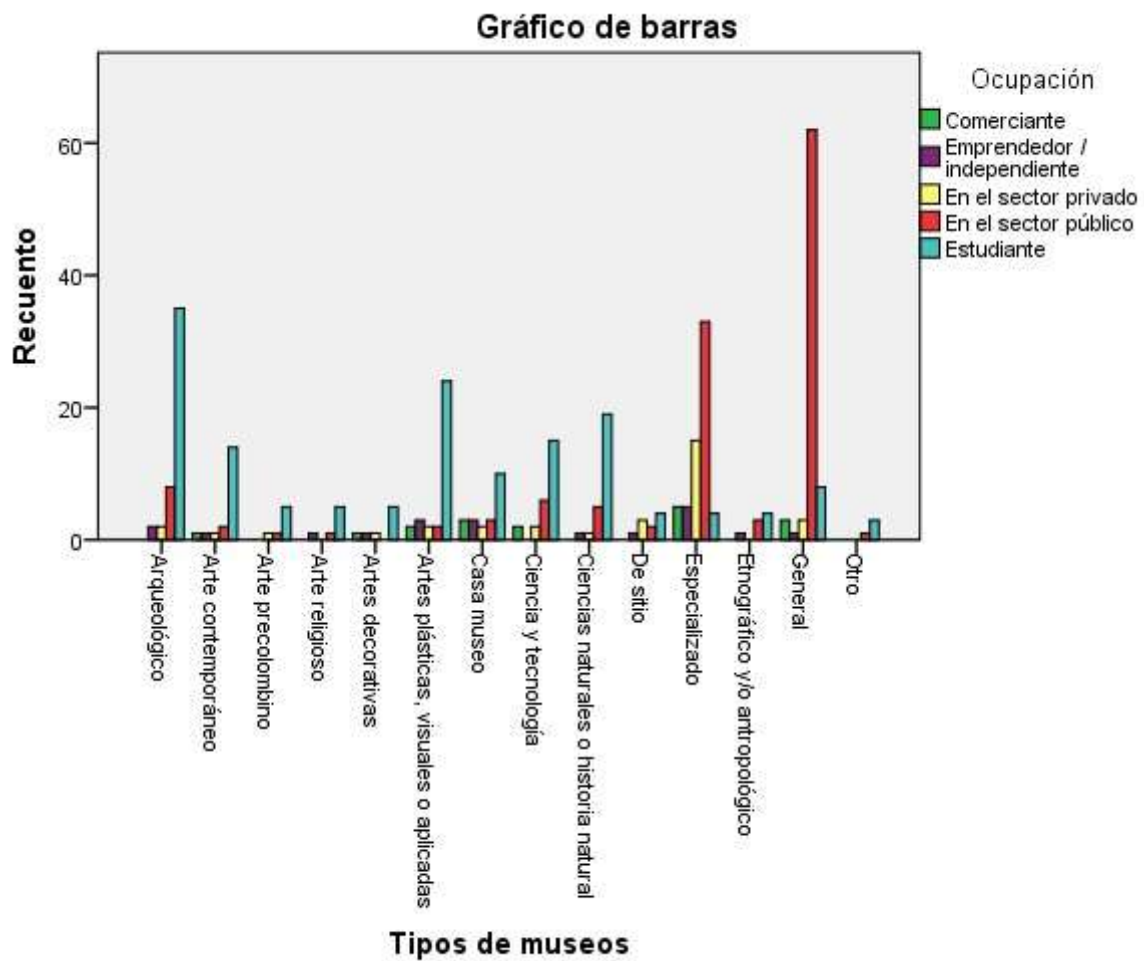
Figura 21 Cruce de variables Edad - Tipología de museos



Fuente: Elaborado por los autores a partir de programa SPSS

Considerando el grupo con mayor incidencia en cuanto a una visita de museos, se obtuvo edades comprendidas entre los 18 a 40 años, los cuales hacen uso de museos arqueológicos, especializados, artes plásticas y general, entonces se podría decir que los posibles consumidores considerando las edades serían las personas solteras y casadas quienes harían uso de un museo.

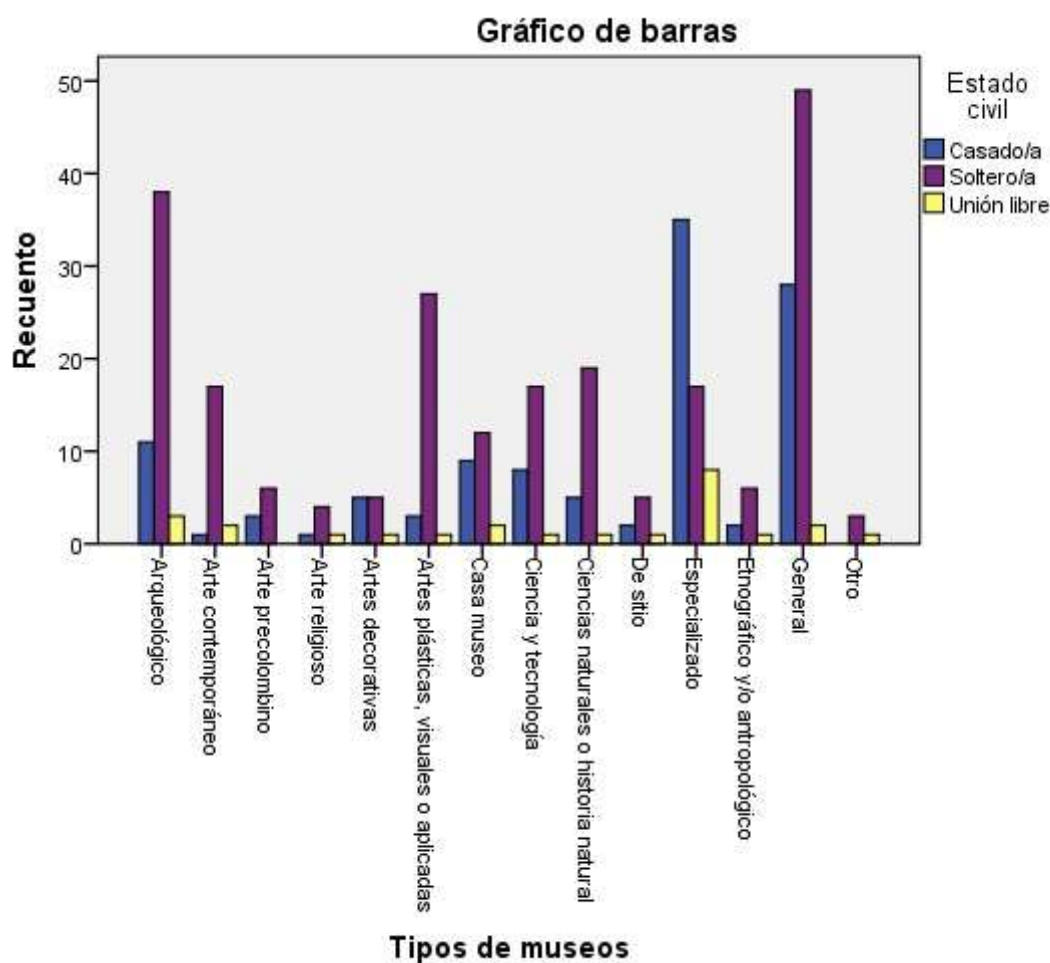
Figura 22 Cruce de variables Ocupación - tipo de museos



Fuente: Elaborado por los autores a partir de programa SPSS

Con el presente gráfico se puede observar que la preferencia en cuanto a museos tenemos que los empleados del sector público y privado son quienes tienen un interés mayor por usar este tipo de establecimientos, sin embargo, se puede notar que existe un porcentaje elevado en cuantos a estudiantes quienes serían descartados dentro de nuestro mercado consumidor considerando que sus ingresos dependen de sus padres.

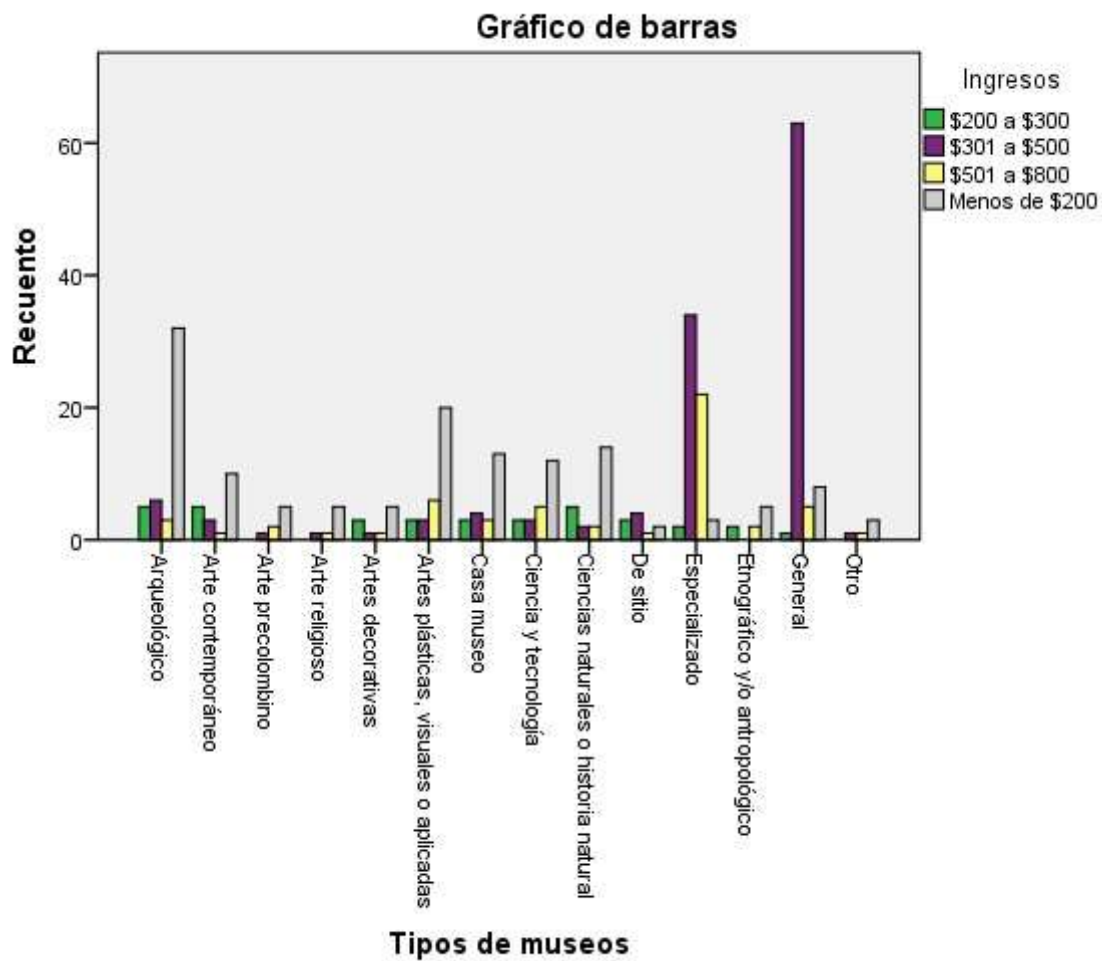
Figura 23 Cruce de variables Estado civil - tipo de museos



Fuente: Elaborado por los autores a partir de programa SPSS

En el gráfico se puede observar que son las personas solteras y casadas las cuales representan un elevado porcentaje con un interés de visitar las instalaciones de un museo, se podría decir que los posibles consumidores estarían conformados por personas solteras y casadas que tengan ingresos económicos y que estarían formando un grupo familiar.

Figura 24 Cruce de variables ingresos - tipo de museos

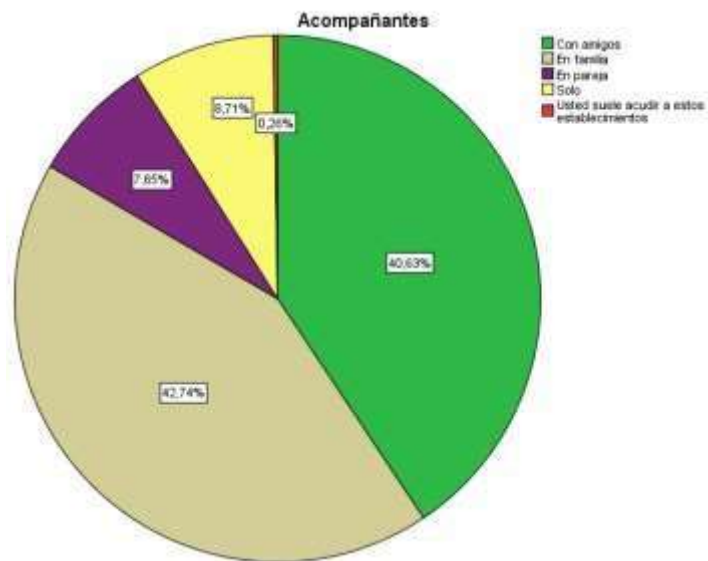


Fuente: Elaborado por los autores a partir de programa SPSS

Se puede considerar al público adulto, que tenga ingresos entre \$200 a \$800 son los que cuentan con un porcentaje de incidencia para hacer uso de instalaciones de museos, por lo tanto, se tomaría como posibles consumidores, aquellas personas que cuenten con ingresos de \$400, lo que vendría siendo un sueldo básico. Pero también se puede evidenciar que existe un grupo considerado que está formado por estudiantes que en este caso sus ingresos son mejor a \$200, lo que hace entender que sus ingresos dependen de sus padres.

3.8 Comportamiento del mercado.

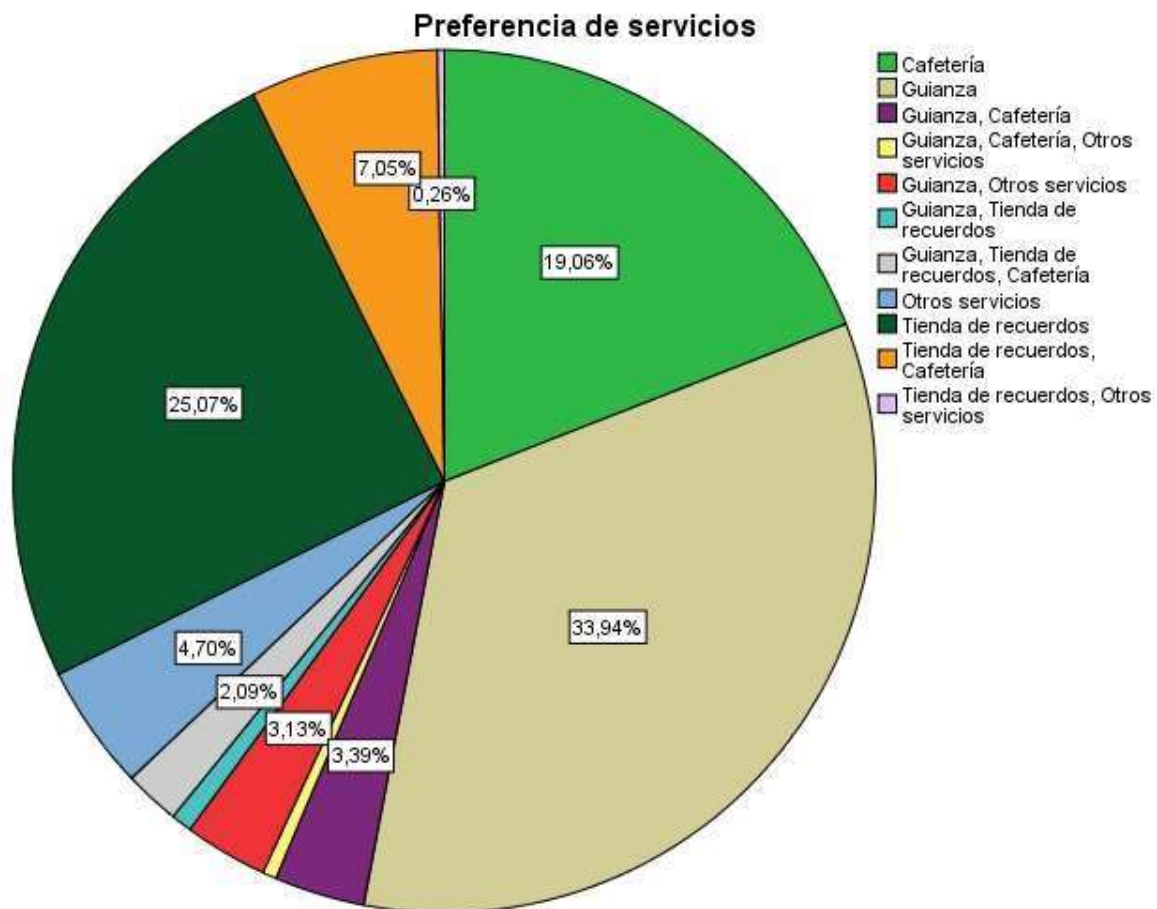
Figura 25 Preferencia de acompañantes al sitio



Fuente: Elaborado por los autores a partir de programa SPSS

Los resultados muestran que el 42% siendo 162 personas acuden a museos en compañía de su familia, el 40% que son 154 personas acuden a los museos en compañía de sus amigos. Se puede inferir que los datos obtenidos muestran factibilidad y proyectan que 126 personas les gusta visitar museos en compañía de su familia y 154 personas prefieren hacer las visitas con amigos en donde el museo puede recibir a grupos y con ello enfocarse en el marketing de visitas grupales y familiares.

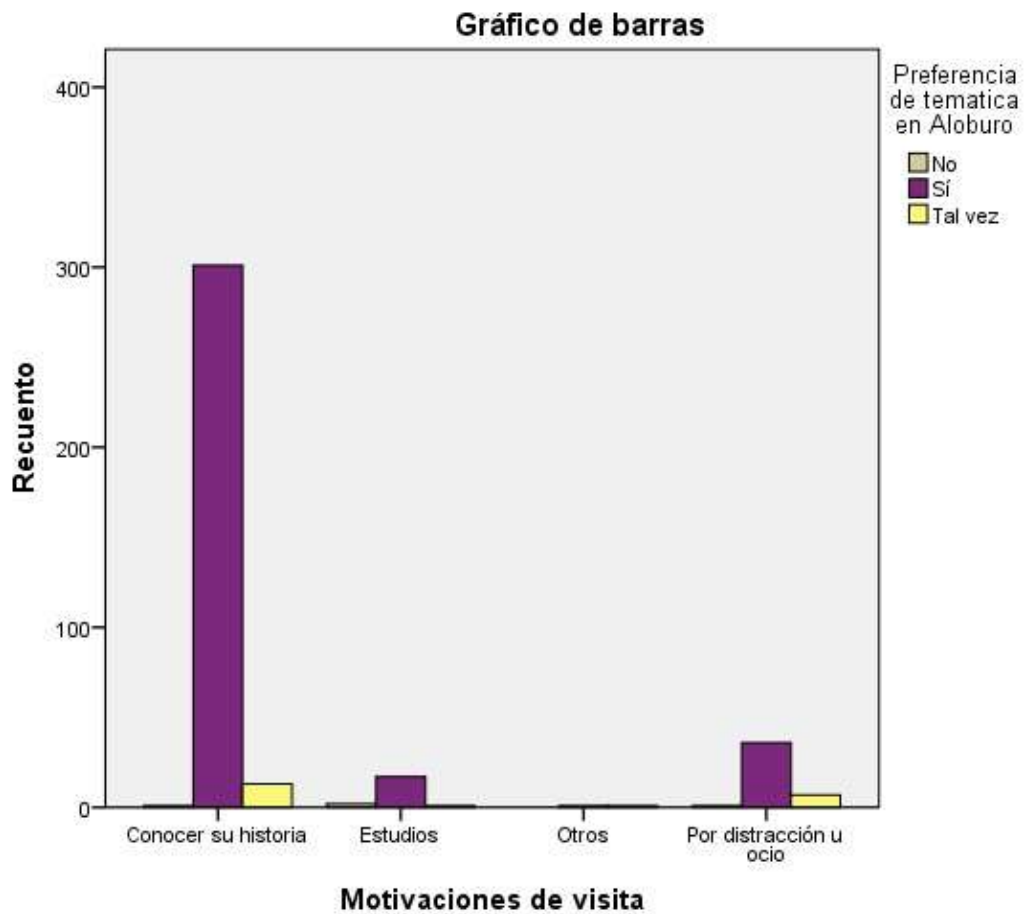
Figura 26 Preferencia de servicios a ofrecer en el museo



Fuente: Elaborado por los autores a partir de programa SPSS

Los servicios que les gustaría tener a los visitantes en el museo a lo que predomina en las respuestas es la guianza con un 34%, a lo que el 25% prefieren un servicio de tienda de recuerdos, así mismo el 19% tiene más afinidad por que exista una cafetería y el 7% preferirían otros servicios.

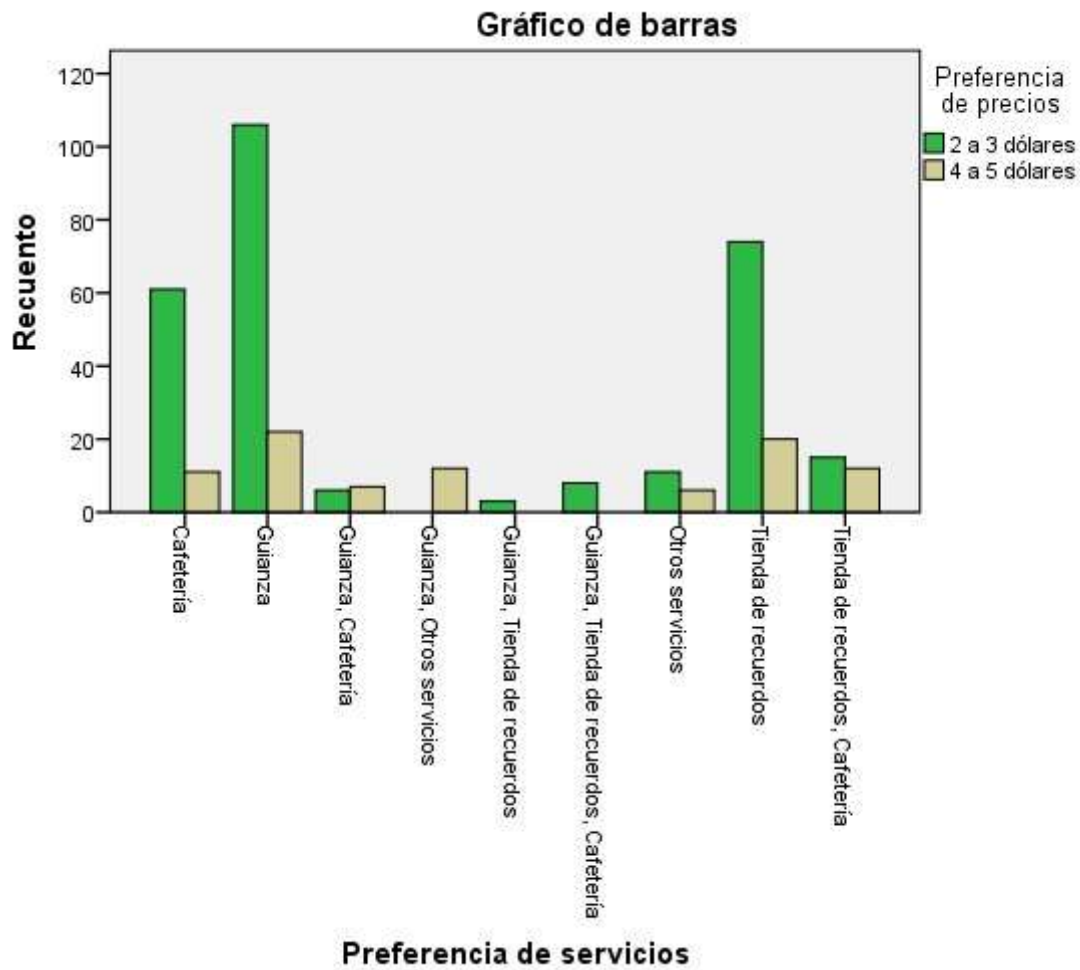
Figura 27 Cruce de variables Motivo de visita - Preferencia de temática



Fuente: Elaborado por los autores a partir de programa SPSS

Como se puede observar, en cuanto a la creación de un museo con la temática del tren del Ecuador en la comunidad de Aloburo, contamos con un alto porcentaje de aceptación de este establecimiento, el cual su principal motivación de visita sería el conocer la historia que tiene el tren en nuestro país.

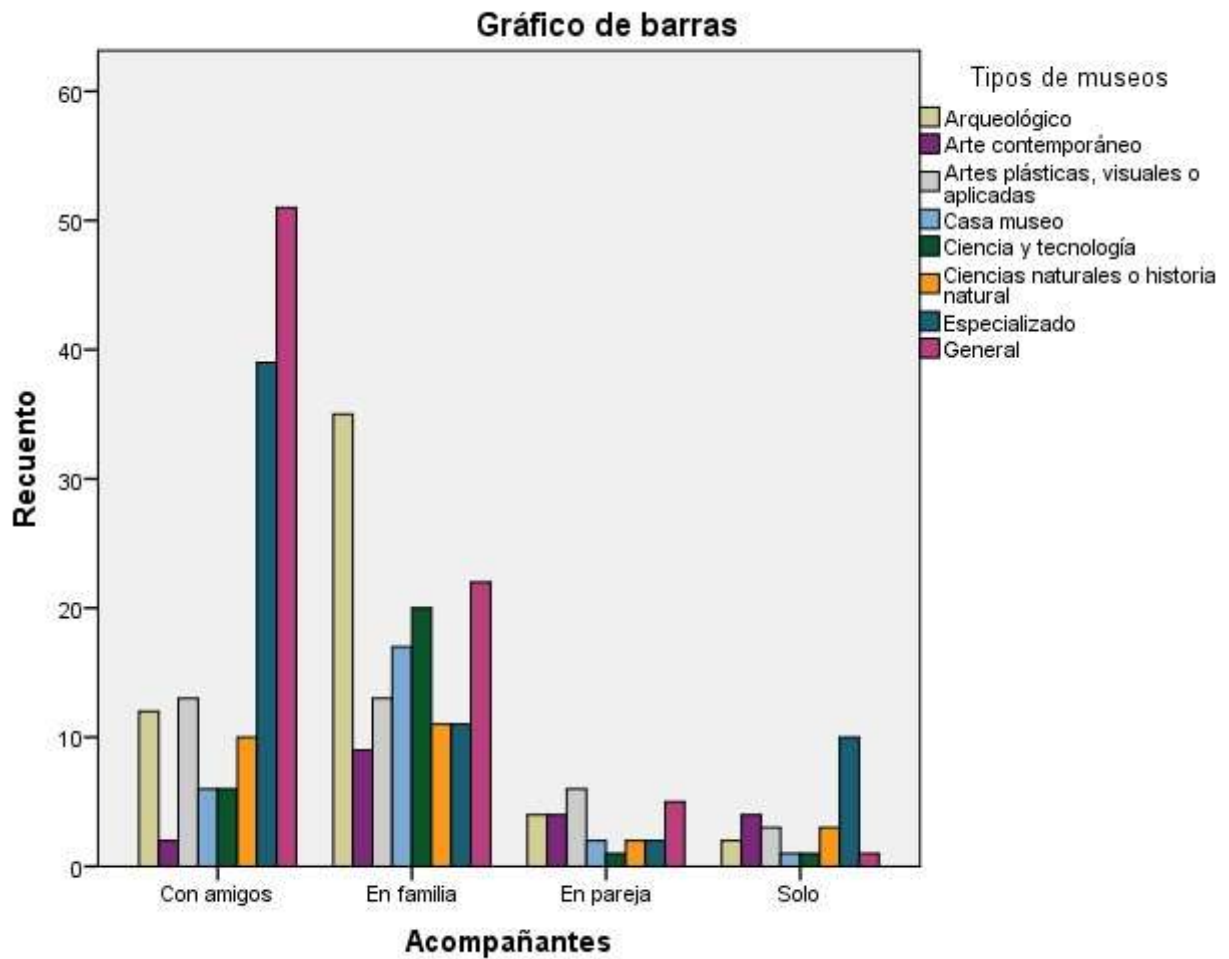
Figura 28 Cruce de variables Preferencia de servicios - preferencia de precios



Fuente: Elaborado por los autores a partir de programa SPSS

En cuanto a los servicios complementarios podemos observar que contamos con una alta aceptación en tienda de recuerdos, guianza y cafetería, los cuales estarían dispuestos a pagar entre \$2 a \$3. Por lo tanto, dentro de los servicios a ofrecer es importante crear una variedad de productos.

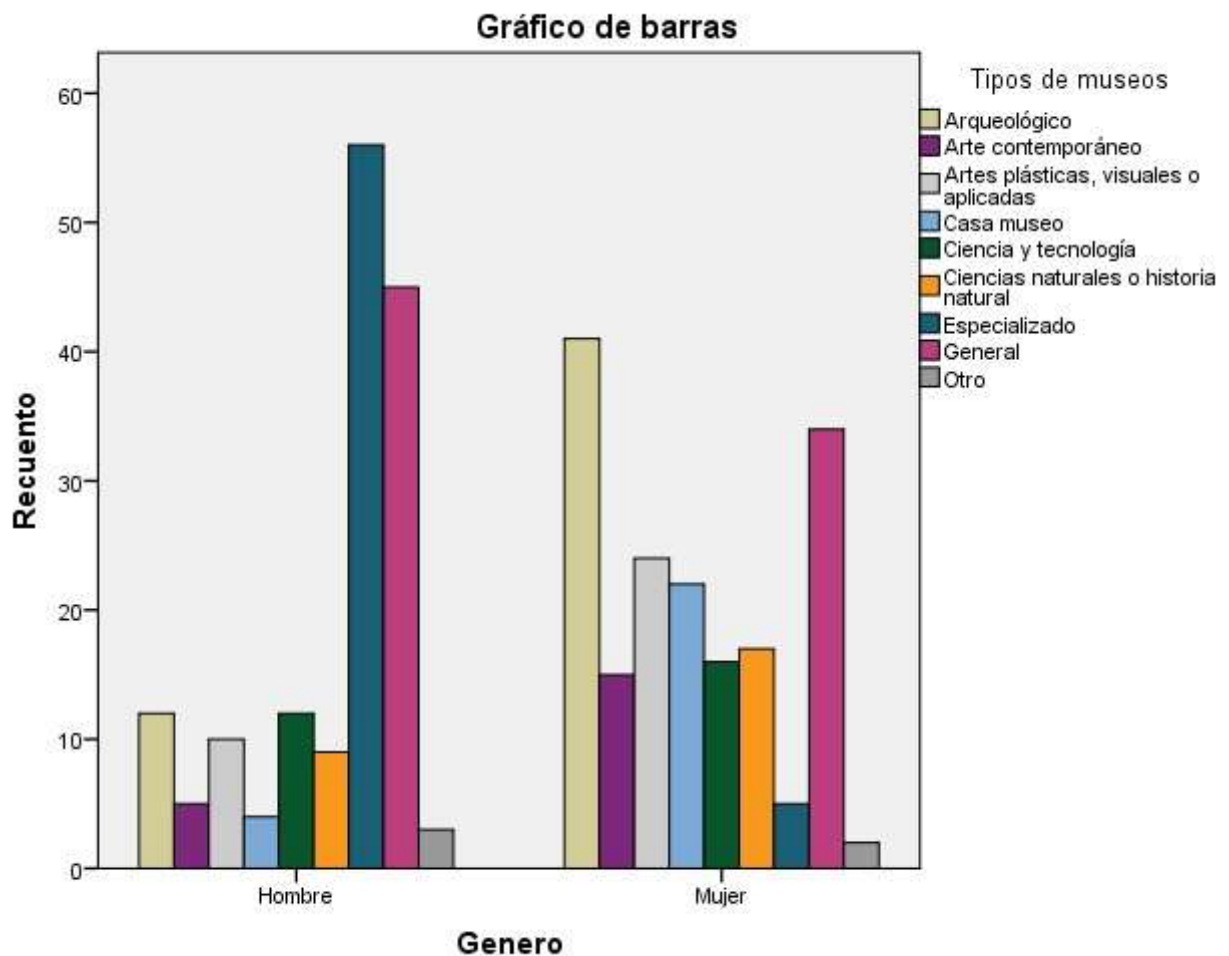
Figura 29 Cruce de variables Tipo de acompañantes – Tipos de museos



Fuente: Elaborado por los autores a partir de programa SPSS versión 22

Se puede evidenciar que, en cuanto a visitas a los diferentes establecimientos de museos mencionados en la encuesta, es el grupo de amigos, así como el grupo en familia los cuales prefieren visitar museos generales, museos especializados, arqueológico, que son los que mayor porcentaje obtuvieron, por esta razón se podría decir que nuestro posible mercado consumidor sería el grupo de amigos.

Figura 30 Cruce de variables Género - Tipos de museos



Fuente: Elaborado por los autores a partir de programa SPSS

Con los resultados arrojados podemos observar en cuanto a la frecuencia de géneros tenemos que los hombres tienen mayor preferencia por visitar museos especializados y museo general. Por otro lado, tenemos a las mujeres que en su mayoría visitan museos arqueológicos y generales y seguido por museos de artes plásticas, visuales o aplicadas. Por lo tanto, se consideran como consumidores potenciales.

Segmento de mercado consumidor

- Considerando el grupo predominante en cuanto a edad de 18 a 40 años, la preferencia en establecimiento de museos radica en especializado, de artes plásticas y arqueológico.
- En lo que se refiere a la ocupación van desde estudiantes, empleados públicos y privados, con preferencia en establecimiento de museos radica en especializado, de artes plásticas y arqueológico.
- Dentro del estado civil se obtuvo que los solteros y casados, los cuales prefieren museos radica en especializado, de artes plásticas y arqueológico.
- Detallando con un nivel de ingresos mayor o igual a \$200 a \$800, prefieren museos radica en especializado, de artes plásticas y arqueológico.

Con el cruce de las variables que se realizó para obtener el segmento de mercado consumidor corresponde al grupo etario de 18 a 40 años de edad, donde se manifiesta un consumo del 13,91% en los establecimientos de museos arqueológicos, un 20,73% en un museo general, un 16,27% en establecimientos de museos de especialidad y un 9.19% en los museos orientados a las artes plásticas.

Se considera a las personas con ocupaciones del sector público y privado debido a que cuentan con ingresos económicos con los cuales podrían solventar una visita a un museo, pero también se puede observar que se cuenta con un grupo elevado de estudiantes que tienen dependencia familiar en cuanto a sus ingresos y gastos se refiere. Por otro lado, en cuanto al estado civil se toma en cuenta a las personas solteras y casadas dado a que son los consumidores más interesados en usar las instalaciones de un museo.

Los tipos de museos que fueron de mayor interés por los estudiantes, empleados del sector público y privado son los museos de especialidad, arqueológico, de artes plásticas y los museos generales, entonces se puede decir que las personas que cuentan con estas ocupaciones cuentan con un nivel de ingresos mayor o igual a \$200 que puede llegar hasta los \$800, lo cual permite considerarse personas independientes.

3.9 Segmentación de mercados

La segmentación de mercado es un proceso de segmentar un mercado en diferentes grupos de manera uniforme más pequeños que contengan características y necesidades semejantes.

La propuesta del proyecto está dirigida para un público en general, especialmente para los habitantes de la ciudad de Ibarra, hombres y mujeres de todas las edades, en la siguiente tabla se detalla los razonamientos de la segmentación de mercado.

Tabla 5 Segmentación de mercados

SEGMENTACIÓN DE MERCADOS			
Producto Turístico: “MUSEO CON ENFOQUE REVALORIZADOR DEL TREN DEL ECUADOR, EN LA COMUNIDAD ALOBURO IBARRA ECUADOR”			
Segmentación Geográfica			
Variable		Número	Porcentaje
<i>País:</i>	Ecuador	17096789	100%
<i>Región:</i>	Sierra	7504942	43,9%
<i>Provincia:</i>	Imbabura	398244	5,3%
<i>Cantón</i>	Ibarra	384	181175
1er resultado: 398244 personas de la provincia de Imbabura, de las cuales 384 personas fueron encuestadas, se obtuvo un total de 136 personas que pernoctan en la ciudad de Ibarra que gustan visitar museos.			
Segmentación Demográfica			
Variable		Número	Porcentaje
<i>Género</i>	Femenino – Masculino	211	54,9%
<i>Edad</i>	24-30 años	123	31,7%
<i>Estado civil</i>	soltero/a	227	59%
<i>Ocupación</i>	Estudiantes	157	41,1%
<i>Ingresos</i>	Menos de \$200	131	34,7%
2do resultado: Mujeres que viven en la ciudad de Ibarra de 24 a 30 años son solteras, aún se encuentran estudiando, y cuentan con ingresos de menos de \$200.			
Segmentación Psicográfica			
Variable		Número	Porcentaje
<i>Consumo casual</i>	Frecuentemente	130	33,4%
<i>Porque visitan un museo</i>	Conocer la historia	316	82,5%
<i>Preferencia de visita</i>	En familia	162	42,9%

<i>Gasto promedio</i>	2 a 3 dólares	283	74,1%
<i>Mercado meta:</i> las mujeres que viven en la ciudad de Ibarra, de 24 a 30 años, que son solteras, y aún se encuentran estudiando, y cuentan con ingresos de menos de \$200, les gusta visitar frecuentemente un museo, para conocer su historia y de preferencia con su familia, gastando de 2 a 3 dólares por la visita.			

Fuente: elaborado por las autoras

3.10 Clientes (Comportamiento de consumo relacionado al tipo de negocio propuesto)

El comportamiento del consumidor puede observarse que en las personas encuestadas predominan la visita a museos frecuentemente seguida de la opción ocasionalmente, lo que indica que sí existe una preferencia al consumo en este tipo de servicio en los segmentos de 19 a 40 años.

Al observarse un mayor interés de los encuestados por contar con un museo con temática del tren del Ecuador y que presenta vista paisajística cercana a la laguna, además de que exista una decoración y arquitectura asociada a al tren del Ecuador, es fundamental para demostrar la pertinencia de la propuesta del museo, cuyos precios para acceder al mismo no serían elevados para que los visitantes estén dispuestos a pagar.

3.11 Análisis de la demanda

La demanda se define como la respuesta a un conjunto de productos o servicios que se ofrecen a un precio particular en un mercado particular y que los consumidores están dispuestos a comprar en esas circunstancias. En este punto interfieren las fluctuaciones debidas al consumo. Cuanto mayor sea la cantidad comprada, menor será el precio. En esta situación, la oferta del vendedor satisface la necesidad del consumidor.

La demanda de mercado para un producto es el volumen total susceptible de ser comprado por un determinado grupo de consumidores, en un área geográfica concreta, para un determinado período de tiempo, en un entorno definido de marketing y bajo un programa específico de marketing (Kotler y Keller, 2006, 127).

Tomando en cuenta el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del GAD de Ibarra, se obtuvo que en el periodo de 2019 - 2020 hubo un ingreso estimado de 146868 visitantes.

Tabla 6 Análisis de la demanda

<i>Demanda potencial</i>	
<i>Población mercado objetivo de Imbabura</i>	146868
<i>% intención de compra del producto</i>	92%
<i>DEMANDA POTENCIAL</i>	119,60

Fuente: Elaborado por las autoras

3.12 Análisis de la oferta

Tabla 7 Atractivos naturales

<i>Nombre</i>	<i>Categoría</i>	<i>Tipo</i>	<i>Subtipo</i>
<i>Naturales</i>			
<i>Laguna Yahuarcocha</i>	<i>de Atractivo natural Ambiente lacustre</i>		<i>Laguna</i>
<i>Mirador San Miguel Arcángel</i>	<i>Atractivo natural Arquitectónico</i>		<i>Monumento</i>

Fuente: Elaborado por las autoras

Tabla 8 Análisis de la oferta de museos

<i>Nombre</i>	<i>Tipo</i>	<i>Ubicación</i>	<i>Capacidad</i>	<i>Especializado</i>		<i>Tipo</i>
				<i>Si</i>	<i>No</i>	
<i>Museo Viviente Otavalango</i>	Museo	Vía Antigua a Quiroga #1230, Antigua fábrica San Pedro en Otavalo. A sólo cinco minutos	20	X		

	del centro de Otavalo.		
Museo Nicolás Herrera	Museos de Colina Ibarra, se ubica en un mirador del barrio Vista Hermosa	20	X
Centro cultural El Cuartel	Ilustre Municipio de 6-31, Calle García Moreno, Ibarra	20	X

Fuente: Elaborado por las autoras

La tabla muestra los posibles competidores del museo en propuestas, ubicados todos en la misma provincia. Con una capacidad de clientes alta lo que conlleva a pensar que atraen un flujo de visitantes anualmente, por tanto, ayudaría de cierta manera al negocio propuesto si se realiza una buena estrategia de comercialización y posicionamiento.

Nota: Cabe aclarar que la capacidad colocada en el cuadro se tomó de acuerdo con la situación en la que se encuentra el mundo la cual es una pandemia y por la misma no todos los establecimientos pueden retomar sus actividades al 100%.

Tabla 9 Análisis de la oferta

COMPETENCIA	Visitantes Anuales
<i>Museo Viviente Otavalango</i>	100 visitantes
<i>Museo Nicolás Herrera</i>	50 visitantes
Centro cultural El Cuartel	150 visitantes
TOTAL	$300 / 3 = 100$

Fuente: Elaborado por las autoras

Los establecimientos ubicados en la tabla son museos que tiene afluencia de turistas en donde dos de ellos cuentan con una administración privada y uno de ellos con una administración pública.

Nota: Los datos mostrados en la tabla muestran el número de visitantes que tenían los establecimientos antes de la llegada de la pandemia por lo que cabe aclarar que ciertos establecimientos estuvieron sin recibir visitantes durante la misma por el estado de excepción y para salvaguardar la salud de los visitantes y de los trabajadores y administradores de los establecimientos.

3.13 Experiencias similares a nivel local/nacional: nombres de las entidades o empresas, localización. Productos y servicios (precio que ofertan) Ventajas o innovaciones sobre la competencia.

Lo que el museo busca es que los turistas se lleven una experiencia única al visitarlo así mismo que conozcan la sensación de estar dentro de un tren y observar su evolución y su historia a lo largo del recorrido de tren.

3.14 Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha es el resultado de la proyección de la demanda potencial y de la oferta datos ubicados en las tablas anteriores a la mostrada a continuación.

Tabla 10 Demanda insatisfecha

<i>Año</i>	<i>Demanda potencial</i>	<i>Competencia</i>	<i>Demanda insatisfecha</i>
<i>Año 0</i>	130,712	100	30.712

Fuente: Elaborado por las autoras

Lo que se pudo analizar con respecto a la tabla es que existe mucha demanda insatisfecha en donde con el proyecto de emprendimiento propuesto se puede solventar la demanda insatisfecha y reducir esa cantidad.

4 Capítulo IV Estudio técnico administrativo

4.1 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto

Dentro de este segmento se va a identificar los requerimientos y parámetros que serán los que contribuyan en mayor medida a que se pueda obtener una mejor rentabilidad del proyecto sobre el capital. Lo que se busca determinar el sitio en donde se instalará el proyecto.

4.1.1 Macro localización

El presente proyecto estará ubicado en América del Sur, en país de Ecuador, en la zona 1 de la sierra norte, en la provincia de Imbabura, en el Cantón Ibarra, en la comunidad de Aloburo, el espacio posee riqueza paisajista con diversidad natural y cultural en donde se puede encontrar atractivos turísticos diversos los cuales se pueden ser aprovechados en el ámbito del turismo.

Cómo se menciona en un trabajo de investigación de Rivera (2016) en donde menciona que: “Con los resultados obtenidos se puede observar que de 236 turistas nacionales encuestados el 43% que visitan la ciudad de Ibarra provienen de Quito, debido principalmente a la cercanía existente entre estos dos destinos” (pág. 71).

Los consumidores para el museo que se pretende ubicar en la zona de Aloburo son la población local de Imbabura como principal mercado consumidor y como consumidores secundarios serían los viajeros provenientes de la provincia de Pichincha al contar con una población numerosa y la cercanía a la provincia de Imbabura.

La localización de la materia prima e insumos se adquirirán en la ciudad de Ibarra, porque existe variedad en la oferta de almacenes y establecimientos que provean los materiales de trabajo necesarios para la construcción y por la cercanía de la ciudad al emprendimiento, así como a la accesibilidad de precios y variedad de materiales que existe.

La cafetería del museo va a contar con insumos y suministros que serán necesarios para la elaboración y preparación de los alimentos y bebidas que será ofertados al público como: una cocina, tanque de gas, utensilios de cocina, vajillas,

manteles, mesas y sillas, materiales y accesorios que serán adquiridos dentro de la provincia para promover el comercio local y por la factibilidad y fácil acceso a los distintos locales con estos implementos.

El espacio donde se ubicará el proyecto tiene acceso a carreteras de primer orden como lo es la Panamericana norte en el eje vial E10 la misma que cuenta con cuatro carriles centrales para los usuarios que viajan directo al norte y cuatro laterales para el servicio urbano, el otro tramo existente del camino para llegar al sitio del museo es de segundo orden con el adoquín como material principal y existe un pequeño tramo el cuál es el final que es de tercer orden por lo que el camino es empedrado. Las distintas carreteras que se encuentran distribuidas para el acceso al museo permiten una conexión eficiente y accesible para las distintas variedades de vehículos. Los medios de transporte que circulan en el lugar son vehículos particulares, de transporte público, camionetas, taxis y motocicletas.

En la zona donde está ubicado Aloburo existen instalaciones de energía eléctrica, las cuales son importantes y necesarias para desarrollar el funcionamiento del museo, el agua potable, el alcantarillado y el servicio de la recolección de basura son servicios básicos imprescindibles con los que también se cuenta en esta zona, que brindan a los pobladores del sector una buena calidad de vida, el acceso a la telefonía fijo y móvil se dan los pobladores del sector por medio de la instalación realizada de forma individual, para el museo es importante contar con el acceso a la telefonía y fija y móvil porque las mismas proporcionarán conexiones directas con los visitantes al momento de realizar alguna reserva. Los servicios públicos más cercanos como lo son los centros de salud y una estación de policía se encuentran en Priorato en tiempo real son 10 minutos o distancia 3,5 km del sitio donde se pretende ubicar el museo.

Al contar la provincia de Imbabura con un reconocimiento internacional de Imbabura Geoparque Mundial de la UNESCO, hace con ello a los distintos lugares de la provincia espacios competentes para desarrollar proyectos.

Como lo resalto El Comercio (2019):

Imbabura recibió este jueves 30 de mayo del 2019 la certificación oficial como Geoparque Mundial por parte de la Unesco, por lo que se convirtió en la primera jurisdicción de Ecuador y la cuarta en Sudamérica en obtener esta designación, informó el Ministerio del Ambiente. (párr. 1)

En la actualidad se ha podido observar que no se ha logrado desarrollar en su calidad los proyectos, planes o políticas de desarrollo como tales, sin embargo, se puede inferir que ha existido el apoyo de las autoridades y entidades pertinentes a nuevos emprendimientos en el sector del turismo.

La Constitución de la República del Ecuador en el artículo. 377 señala que:

El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales. (Constituyente, 2008, pág. 115)

La Constitución de la República del Ecuador en el artículo 380 señala que: “Serán responsabilidades del Estado: Establecer incentivos y estímulos para que las personas, instituciones, empresas y medios de comunicación promuevan, apoyen, desarrollen y financien actividades culturales” (pág. 116).

Es importante mencionar que existieron proyectos con el objetivo de hacer conocer los museos mediante rutas, así como lo menciona Yépez (2015):

Las tendencias de desarrollo con lo que concierne a los museos en la provincia de Imbabura se puede notar que en el 2015 existió una iniciativa gubernamental la cual buscaba fortalecer la red de museos a escala provincial, por ello surgieron algunos museos de origen privado y se mantuvieron los de origen público. (párr. 4)

La zona tiene un clima templado y una temperatura promedio de 24°C, sus características de suelo permiten la ganadería y agricultura haciendo de la zona un espacio tranquilo y productivo. Se puede observar en el entorno de la zona que las personas que se encuentran en el sector no son personas que mantiene la unión y los pobladores de sector tampoco tienen mucho interés a involucrarse en a nuevos proyectos relacionados al turismo.

Figura 31 Mapa de ubicación de la provincia de Imbabura - Ecuador



Fuente: Internet

Nota: Ubicación de Imbabura en el mapa de Ecuador, tomado de *location map.svg*.

La provincia de Imbabura conforma la República del Ecuador, la cual está situada en el norte del país, ubicada en la zona geográfica la cual es conocida como región interandina o sierra, se localiza sobre la hoya de Chota en el este y en los flancos externos de la cordillera occidental en el oeste.

Figura 32 Croquis de la Provincia de Imbabura



Fuente: Geografía del Ecuador

4.1.2 Micro localización

Ibarra, ciudad blanca a la que siempre se vuelve, capital de la provincia de Imbabura. Está ubicada a 115 Km. al noroeste de Quito a 125 Km, al sur de la ciudad de Tulcán, con una altitud de 2.225 m.s.n.m. cuenta con un clima seco templado y agradable, y una temperatura promedio de 18°C. (San Miguel de Ibarra GAD, 2020, pág. 14)

El museo temático del tren del Ecuador se va a ubicar la parroquia el Sagrario, donde se encuentra Aloburo, que está ubicado al nororiente de la ciudad de Ibarra, está a 13 km del centro de la ciudad; el mismo que se encuentra frente a la Laguna de Yahuarcocha; como menciona el expresidente del barrio Wilo Martínez (2008) quien señala que la población del barrio es étnica y está compuesta por el pueblo mestizo – indígena, dando una población de 300 habitantes, y está sentado en una planicie semi – plana.

- **El clima:** templado – seco.
- **Altitud:** 2. 400 msnm.

Aloburo por su ubicación geográfica, su carretera, es un sitio privilegiado para observar el paisaje, por eso es considerado como un balcón imbabureño.

- **Mano de obra**

En lo que se refiere a la mano de obra, se considera contratar personal de la comunidad Aloburo, con el objetivo de ayudar en la economía de la comunidad, con capacitaciones podría ocupar los puestos como ayudantes de cocina, meseros. Para el proyecto también se contratará personas especializadas en guianza, chefs, administrador, encargado de recursos humanos.

- **Materia prima**

En la comunidad de Aloburo se desarrollan actividades como la agricultura, por lo cual se cuenta con los productos para el servicio de alimentación con precios cómodos, para los demás insumos necesarios para la cafetería del emprendimiento la comunidad se encuentra a 10 minutos de un establecimiento donde brindan recursos a precios accesibles, por otro lado, el transporte de la materia prima no es un problema por la presencia de cooperativa de camionetas que brindan el servicio de transporte en diferentes horarios.

- **Comunicación**

Cuenta con servicio de internet y señal telefónica, lo que permitiría mantener una buena comunicación con los clientes y brindar información con respecto al emprendimiento, como también ayudaría a la comunicación con los proveedores.

- **Otros factores: ubicación de la competencia, limitaciones tecnológicas y consideraciones ecológicas.**

La ubicación del espacio donde se ubicará el presente proyecto se ha encontrado que en sectores aledaños existen tres establecimientos que brindan alojamiento a los visitantes como lo son: la hostería “Hacienda Pimán”, “Tunas y Cabras” y el paradero “Vista Hermosa”, estos establecimientos tienen una cierta similitud con el museo porque como servicios complementarios del mismo tendrá una cafetería que ofertará productos locales con variedad de bebidas y un mirador desde el cual se puede apreciar a la ciudad de Ibarra. Además, el museo busca brindar interpretación de maneras atractivas a los visitantes en donde el conocimiento será compartido por interpretación y de forma didáctica

- **Tecnología del lugar – limitaciones**

El terreno donde se va a realizar el emprendimiento cuenta con los servicios básicos requeridos para poner en marcha este proyecto, en lo que se refiere a infraestructura el lugar cuenta con luz eléctrica, agua potable y alcantarillado.

- **Consideración ecológica – impactos negativos y positivos**

En las consideraciones ecológicas, se puede mencionar que la comunidad tiene su propia flora y fauna, como también dispone con miradores naturales debido a que se encuentra ubicado en las zonas altas de la ciudad de Ibarra, en lo que concierne a los impactos negativos de la comunidad, se observa en ciertas zonas dentro de la comunidad la generación de desechos, por lo cual el presidente de la comunidad en conjunto del GAD de Ibarra han trabajado para poder mitigar y acabar con esta actividad que afecta al medio ambiente.

- **Vías de acceso**

En lo que se refiere a las vías de acceso el emprendimiento contará con vías de primer, segundo y tercer orden. Como calle principal cuenta con la calle

Balcón Imbabureño, y la calle secundaria es la calle María Auxiliadora. En cuanto a la movilización, el sector cuenta con el servicio de buses directos en ciertos horarios, entre ellos se encuentran las empresas 28 de septiembre, Ibamonti, Campesinor y la Cooperativa de Taxis Pimán, al igual cuenta con el servicio de taxis informales, los cuales prestan sus servicios a cualquier hora del día.

Figura 33 Aloburo - Ibarra - Ecuador



Fuente: Google earth

4.2 Identificación y descripción de los procesos

4.2.1 Caracterización y diseño del producto/servicio

El museo con el enfoque revalorizador del tren que estará construido de manera a un tren en la comunidad de Aloburo, pretende ser un lugar llamativo y sobre todo agradable, donde el visitante podrá desconectarse de la cotidianidad de la ciudad.

El museo contará con 2 salas de exposición, que se encuentren equipadas cada una con sus respectivas pantallas, además se podrá encontrar fotografías, se tendrá también acceso a una quinta sala en donde se podrá brindar al visitante una experiencia simulando un viaje en tren, esta sala estará equipada interna y externa a manera de un vagón de tren normal, y contara con pantallas y así simular el viaje mencionado.

Con los servicios adicionales que ofrece el museo se encuentra una cafetería en donde se puede disfrutar de bebidas calientes como frías y alimentos

para complementarlas, compartiendo con seres queridos y amigos, en la cafetería también se pretende ofrecer menús electrónicos, por medio de una aplicación.

El área del mirador estará dispuesta por un amplio y agradable balcón para poder observar la ciudad de Ibarra, será considerado como “El Gran Balcón Imbabureño”. Los espacios verdes se encontrarán alrededor de la cafetería, a este servicio se podrá acceder con ayuda del personal encargado.

Entre los importantes atractivos están:

- Contaremos con instalaciones *petfriendly*.
- Infraestructura de las salas de exhibición serán similares a vagones del tren.
- La sala de simulación de un viaje en tren.
- El mirador Balcón Imbabureño.

El museo como objetivo primordial que tiene es brindar una experiencia diferente a los tradicionales museos, y que mejor que recordando el papel importante que tuvo la construcción del ferrocarril en la historia del Ecuador.

En cuanto a la fijación de precios se basó en la encuesta realizada, entonces se tomará en cuenta a los museos que pueden ser nuestra competencia tomando como factor principal el precio de los productos. Por lo tanto, el precio tendrá un valor aceptado por las personas encuestadas que oscila entre los 3 a 5 dólares.

- **Establecimiento**

Dentro del museo se ofertará diferentes salas las mismas que permitan la distracción, entretenimiento, descanso y sobre todo a relajación del cliente por medio de las diferentes actividades que se puede realizar dentro de las instalaciones del museo. Todas las áreas y salas del museo se encuentran decoradas de acuerdo con su finalidad.

- **Producto interpretación de las salas de museos**

La interpretación de las salas de museo tiene un valor que hace referencia a la preferencia de los visitantes que es un valor de \$3 dólares que incluye la guianza dentro de las salas, así como la interpretación que está en la primera sala con la exhibición de fotografías y cuadros, así como las pantallas que tendrá el museo y la experiencia que tendrían las personas al subirse a un tren, la cual se encontraría en la segunda sala del museo.

Sala 1

- Fotografías del tren.
- Pinturas.
- Pantalla led mediana.

Sala 2







- Asientos del tren.
- Pantallas led pequeñas (donde se mostrará los paisajes que se pueden observan del recorrido del tren).
- La experiencia de cómo es viajar en tren.

Con la creación del museo con la temática del tren del Ecuador es exponer la historia y el papel importante que tuvo el ferrocarril en la historia de nuestro país, y como fue un eje fundamental en el desarrollo de la economía de todo un país, así mismo que amplíen sus conocimientos de una manera más divertida y llamativa, en conjunto con sus seres queridos y amigos, generando grandes experiencias. El tiempo de duración aproximado del recorrido puede contemplarse de 45 minutos a 1h30 minutos.

- **Producto tienda de souvenirs/ artesanías**

La tienda de souvenirs contará con artesanías y artículos con relación al tren como: llaveros, cuadros, trenes miniaturas, bolsos, camisetas, gorros, réplicas de fotografías históricas, de y demás artículos, hechos de formas artesanales y llenos de historia, los cuales son válidos para grandes y pequeños, además los precios de las artesanías variarían según el tamaño y el material de cada artesanía, en cuanto al material utilizado para las artesanías serán los tallados en madera, arcilla, y tela de algodón, y éstas serán accesibles para los visitantes.

Tabla 11 Productos de la tienda de artesanías

Producto	Descripción	Imagen	Precio
Taza	Taza con el logo del emprendimiento.		\$4.00
Posavasos	Llevaría impreso el logo del emprendimiento.		\$1.00
Vasos de chupito.	Llevaría el logo del emprendimiento.		\$2.50
Camisetas	Tendrían la temática del tren.		\$3.00
Gorras	Llevaría impreso el logo del emprendimiento.		\$2.00
Platos decorativos	Tendrían la temática del tren.		\$2.40

Relojes decorativos	Tendrían la temática del tren.		\$2.50
Bolas de nieve	Tendrían la temática del tren.		\$2.50
Visor retro de diapositivas en forma de televisión	Tendrían la temática del tren.		\$2.50
Escultura de madera.	Tendrían la temática del tren.		\$6.75
Llaveros	Tendrían la temática del tren.		\$2.00
Cojines	Tendrían la temática del tren.		\$8.00
Portalápices	Tendrían la temática del tren.		\$2.50

Fuente: Elaborado por las autoras.


- **Producto cafetería**

Lo que se busca oferta en la cafetería es una variedad de bebidas calientes Con efectos curativos en la salud como: el té de cedrón, el té de manzanilla, el té de orégano, el de hierbaluisa, el té de hierba mora y muchas bebidas beneficiosas para la salud, así también se pretende ofrecer un café de chuspa, el café americano y las demás variedades del café para disfrutar. Las bebidas frías también estarán incluidas en el menú como: el jugo de mora, el jugo de naranjilla, el jugo de chimbalo, el agua de ataco o sangorache y variedad de batidos y jugos que dependerán de la preferencia del visitante. A cuyos productos expuestos se intentará agregar en lo posible productos del cantón Ibarra.

- ❖ **Menú de las bebidas calientes**

Tabla 12 Bebidas calientes del menú de la cafetería

Producto	Descripción	Fotografía	Costo
Café Americano	Es preparada a base de café expreso y agua caliente.		\$2.00
Cappuccino	Es preparada con 1/3 de leche caliente, un poco de expreso y espuma de leche.		\$2.50
Mocaccino	Se prepara a base de una taza de café, ½ de leche y cacao en polvo.		\$3.00
Té de hoja	Se prepara tomando en cuenta la temperatura que		\$1.50

	debe ser máximo 75°C y con una infusión de 2 minutos.		
Chocolate de hoja	Se calcula 200 gr. de chocolate por cada litro de leche.		\$ 2,50

Fuente: Elaborado por las autoras.

❖ Menú de bebidas frías

Tabla 13 Bebidas frías del menú de la cafetería

Producto	Descripción	Fotografía	Precio
Frappé	Se prepara con leche fría, almíbar de café, con extracto de vainilla y hielo.		\$2,50
Jugo de Naranja	Se prepara a base de pulpa de la naranja.		\$1.50
Jugo de mora	Se prepara a base de pulpa de la mora.		\$1.50

Jugo de guanábana	Se prepara a base de pulpa de la guanábana.		\$1.50
Batido de mora	Se prepara a base de la pulpa de mora y leche.		\$2.00
Batido de guanábana	Se prepara a base de la pulpa de guanábana y leche.		\$2.00
Jugo de fresa	Se prepara a base de la pulpa de la fresa.		\$1,50

Fuente: Elaborado por las autoras.

❖ **Menú de alimentos de la cafetería**

Tabla 14 Menú de alimentos de la cafetería

Producto	Descripción	Fotografía	Precio
Quimbolito	Se utiliza harina de trigo, mantequilla, leche, queso crema, huevos, azúcar y pasas.		\$1.00
Empanada de morocho	Se utiliza morocho, huevos, manteca de chanco, agua,		\$1.00

	aceite, carne molida, arroz, alverja y zanahoria.		
Tamales	Se utiliza harina de maíz, manteca de chanco, huevos, azúcar, salsa de maní, pollo y pasas.		\$1.00
Empanada de pollo	Se utiliza pollo, tomate riñón, huevos y cebolla.		\$1.00
Humitas	Se utiliza choclo, queso, mantequilla, huevos, leche y harina de choclo.		\$1.00
Empanadas de queso	Se utiliza harina de trigo, sal, azúcar, mantequilla, queso.		\$1.00

Fuente: Elaborado por las autoras.

- **Medios de comunicación**

Para difundir la información del museo y hacerlo conocer se contará con las redes sociales que actualmente son muy utilizadas por las personas al momento de adquirir información y conocer nuevos productos y servicios, para la promoción del museo se utilizará a Facebook e Instagram, así también se contará con una página web la cual se encontrará en las redes sociales. Y para el contacto directo

con los visitantes WhatsApp será una herramienta que nos permita realizar esta comunicación más directa con los clientes

4.3 Descripción del proceso productivo o presentación del servicio

El presente proyecto de emprendimiento tiene como intención de que las personas accedan y disfruten de un museo diferente con un enfoque revalorizador del tren del Ecuador, donde podrán disfrutar de la historia y las memorias que han perdurado con el tiempo, así como también contará con varios servicios adicionales para el disfrute del tiempo de los visitantes. Cómo la sala interactiva en donde los visitantes podrán disfrutar de su tiempo jugando distintos juegos o rompecabezas relacionados a la historia del tren del Ecuador, o a su vez podrán disfrutar de una película en el vagón de cine del museo.

Tabla 15 Descripción del proceso productivo o prestación del servicio

Estado inicial	Proceso transformador	Producto final
Insumos	Procesos	Producto
<ul style="list-style-type: none"> • Terreno con 4.23 hectáreas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño y planificación del museo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Salas de exhibición.
<ul style="list-style-type: none"> • Recursos financieros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Adecuación y limpieza del terreno. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sala de simulación.
<ul style="list-style-type: none"> • Materiales de construcción. 	<ul style="list-style-type: none"> • Construcción y equipamiento. 	Subproductos
Suministros	<ul style="list-style-type: none"> • Decoración y ambientación de las instalaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mirador
Préstamo bancario e inversiones.	Equipo productivo	<ul style="list-style-type: none"> • Cafetería y tienda de souvenirs
	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de maquinaria pesada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cabalgatas.

<ul style="list-style-type: none"> • Equipos de construcción.
<ul style="list-style-type: none"> • Equipos de muebles y enseres.
Organización
<ul style="list-style-type: none"> • Arquitecto
<ul style="list-style-type: none"> • Topógrafo
<ul style="list-style-type: none"> • Maestro de obra y albañiles
<ul style="list-style-type: none"> • Carpintero
<ul style="list-style-type: none"> • Soldador.

Fuente: Elaborado por las autoras.

4.4 Ingeniería del proyecto

4.4.1 Distribución de la planta

El presente proyecto trata de resaltar el enfoque revalorizador del tren del Ecuador con la creación de un museo temático enfocado en el tren que aspira reflejar su historia por medio de la interpretación, para lograr ese nivel de percepción en el visitante se requieren de algunos ambientes que se han plasmado en cuatro salas distintas donde se dividirán por una galería que mostrará fotografía como el tren ayudó al desarrollo y progreso del país en ese tiempo, también habrá una sala de exhibición donde se pondrán artefactos y artículos antiguos, existirá de igual manera un vagón presidencial que mostrará cómo viajaban los presidentes y las personas más importantes en el tren, se adiciona un vagón que contará con la estructura de un cine en donde se podrá observar su estructura y también disfrutar de películas por último existirá un vagón que está adaptado para brindar la experiencia y sensación a los visitantes de viajar en un tren.

Los distintos materiales que se usarán en la construcción de la infraestructura del museo serán: madera para revestimiento del museo que será comprada a los pobladores de la localidad, el metal que se utilizará para dar la forma a ciertas partes requeridas en la infraestructura el cual se adquirirá en una ferretería de la ciudad, el vidrio que se utilizará para ventanas y puertas del museo

el cual será adquirido en la ciudad, así como varios materiales de construcción adicionales que son necesarios para construir la infraestructura deseada.

El espacio dispuesto del terreno que es de 10000m² para el diseño del museo, se establece que tendrá una distribución de diferentes espacios para las actividades del museo que se pretenden ofrecer durante la visita al mismo, por la disponibilidad de espacio que existe en el terreno.

Áreas

- Recepción - Administración
- Cocina
- Café-restaurant
- Mirador
- Bodega
- Sala 1 Simulación
- Sala 2 Cine
- Sala 3 Galería
- Sala 4 Desafía tu conocimiento
- Sala 5 vagón presidencial
- Tienda de artesanías
- Servicios higiénicos
- Parqueadero

Se establecieron las dimensiones para el proyecto a realizar, considerando la idea de negocio que se pretende realizar, tomando en cuenta que el proyecto se iniciaría desde cero y por esa circunstancia para el diseño del museo con enfoque revalorizador del tren del Ecuador se distribuye cada área con las dimensiones a mencionar en la siguiente tabla.

Tabla 16 Distribución de la planta por áreas

	Área	M	Área ocupada
1	Recepción – Administración	9,30m x 9,15m	85,10 m ²
1	Cocina	4,40m x 4,15m	18,26 m ²

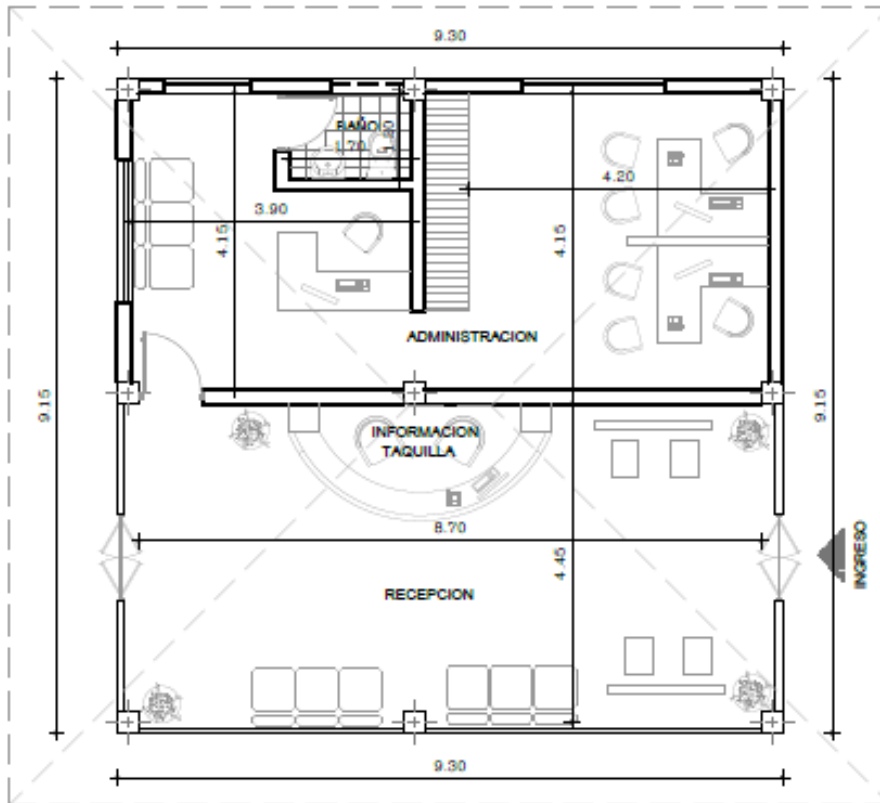
1	Cafetería	6,80m 8,55m	58,14m ²
1	Mirador	4,70mx 4m	18,8m ²
		4,70m x 4,80m	22,56m ²
		2,10m x 2m	4,2m ²
1	Sala 1 Simulación	12,29m x 2,90m	35,64m ²
		1,73m x 2,65m	4,58m ²
1	Sala 2 Cine	12,29m x 2,90m	35,64m ²
		1,73m x 2,65m	4,58m ²
1	Sala 3 Galería	12,29m x 2,90m	35,64m ²
		1,73m x 2,65m	4,58m ²
1	Sala 4 Desafía tu conocimiento	12,29m x 2,90m	35,64m ²
		1,73m x 2,65m	4,58m ²
1	Sala 5 vagón presidencial	12,29m x 2,90m	35,64m ²
		1,73m x 2,65m	4,58m ²
1	Servicios higiénicos	5,30m x 4,30m	22,79m ²
1	Tienda de artesanías	5,30m x 4,30m	22,79m ²
1	Bodega	2,65m x 1,12m	2,97m ²
Total			313,13 m²

Fuente: Las autoras

Planta Recepción - Administración

El espacio que respecta en la planta de recepción administración Estará distribuida y adecuada de manera que los visitantes al entrar en ella tengan la percepción de que están entrando en una estación de tren, la administración se ubicará en la mitad de atrás de la planta y la recepción estará en la parte delantera de la planta y contará con las siguientes dimensiones de 9.30m ancho x 9.15m de largo comprendiendo los dos espacios. A su vez en el área de administración contará con servicios higiénicos, escritorios y accesorios necesarios para su debido funcionamiento al momento de atender dudas o reservas para los visitantes, En cambio en la primera parte de esta planta estará ubicada la recepción en que tendrá una taquilla de información y una sala de espera.

Figura 34 Planta Recepción - Administración



PLANTA RECEPCION - ADMINISTRACION

ESC.: _____ 1:100

Fuente: Las autoras

Planta Cafetería - Tienda de artesanías

En esta planta se dispondrá de los siguientes servicios a mencionar a continuación: la cafetería, la cocina, la tienda de artesanías y los servicios higiénicos, todos estos servicios estas distribuidos para que los visitantes se sientan cómodos y disfruten de la estancia en el museo.

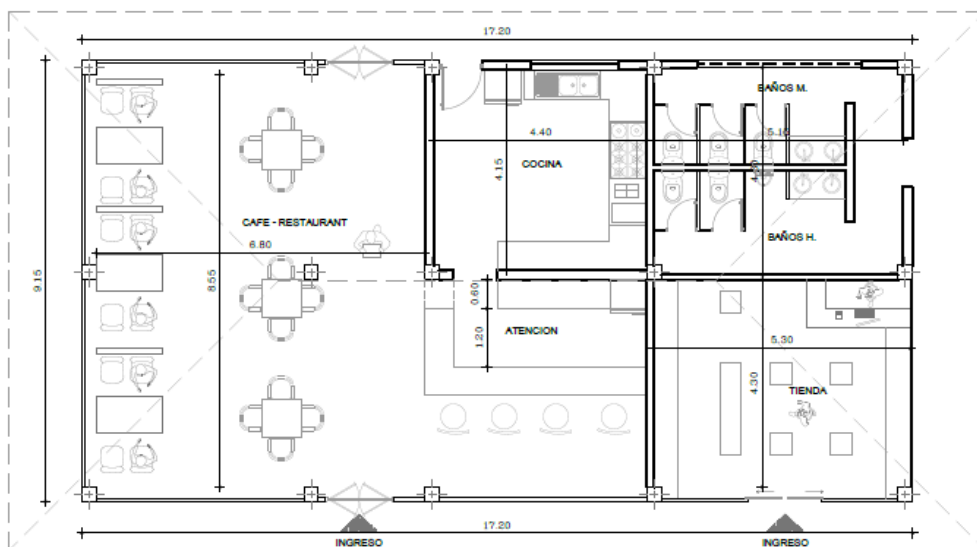
El área de la cocina en donde se prepararán los alimentos y bebidas que adquieran los visitantes para deleitar los alimentos a ofrecerse contará con las siguientes dimensiones de 4, 40m de ancho y 4,15m de altura en donde estará el lavaplatos, la cocina, los muebles de cocina, el menaje a utilizar y utensilios de cocina, donde se realizan los procesos de producción y elaboración de alimentos que serán servidos posteriormente en el espacio determinado para el consumo de alimentos.

En el área de la cafetería cuenta con las dimensiones de 6.80 m de ancho x 8.55m de largo, la cual se encuentra ambientada con objetos que representen al tren del Ecuador, lo usuarios podrán ver ciertas fotografías de la ciudad de Ibarra y plantas que son parte de la decoración.

El área de la tienda de artesanías la cual es un servicio complementario el producto del museo en donde se ofertarán diferentes suvenires y recuerdos que los visitantes deseen compartir con sus seres queridos, familiares y amigos o a su vez para uso personal como recuerdo de la visita del museo. La tienda dispone de las siguientes dimensiones de 5,30m de ancho y 4,30m de largo, en donde se ofertará las artesanías y souvenirs a los visitantes con la temática del tren del ecuador en diferentes presentaciones como: llaveros, gorras, tasas, relojes y varias artesanías más para el consumo de los visitantes.

Los servicios higiénicos estarán ubicados en la esquina derecha de la planta, estos servicios estarán dispuestos para todos los visitantes quienes los requieran y contarán con las siguientes dimensiones de ancho 5,15m y de largo 4,30. Los servicios higiénicos estarán divididos en secciones para hombres y mujeres y distribuidos con el suficiente espacio, brindando confort y tranquilidad a los visitantes.

Figura 35 Planta Cafetería - Tienda de artesanías



PLANTA CAFE - RESTAURANT

Fuente: Las autoras

Sala 1 Vagón Simulación

En esta sala se va a ofrecer a los visitantes es una simulación de un viaje en tren, la infraestructura de esta sala va a tener la forma de un vagón de ferrocarril para que brinde ese ambiente del tren a los visitantes. Así mismo se compartirán con los visitantes imágenes y videos de los paisajes que se pueden observar en los diferentes recorridos del tren a lo largo del país.

Las dimensiones de las salas son las siguientes: 17,84 m² a lo largo y a lo ancho con 2.90 m² de ancho. Además, este vagón será dividido en dos salas que cuentan con las dimensiones de 12,29 m de ancho x 2,90m de largo, en donde se ubicarán los asientos distintivamente en cada sala par que exista un debido manejo del espacio se ubicarán mesas y por cada mesa iría una pantalla, también contará con una bodega de utilería de con dimensiones de 2,65 m de ancho por 1,12 m de largo en donde se podrá guardar objetos necesarios de limpieza o mantenimiento, existe una sala de control como las tenían los ferrocarriles la cual tiene una longitud de 1,73 m de ancho por 2,65m de largo que será la entrada para las salas dispuestas.

Figura 36 Sala 1 Vagón simulación



PLANTA SALA 1

Fuente: Las autoras

Sala 2 Vagón Cine

En esta sala se busca brindar a los visitantes un espacio para disfrutar de unas películas claro con el ambiente de un tren, la infraestructura de esta sala va a tener la forma de un vagón de tren para ese ambiente sea el que cautive a los visitantes. Las películas compartidas con los visitantes serán las que ellas escojan y claro tendrán relación a historias del país como también se pueden proyectar películas que están de moda.

Las dimensiones con las que esta sala estará constituida son 17,84 m² a lo largo y a lo ancho con 2.90 m² de ancho, en donde se ubicarán los asientos distintivamente como en un cine, buscando un debido manejo del espacio.

La bodega de utilería de con dimensiones de 2,65 m de ancho por 1,12 m de largo en donde se podrá guardar objetos necesarios de limpieza o mantenimiento existe una sala de control como las tenían los ferrocarriles la cual tiene una longitud de 1,73 m de ancho por 2,65m de largo que será la entrada de este vagón.

Figura 37 Sala 2 Vagón Cine



PLANTA SALA 2

ESC.: _____ 1:100

Fuente: Elaborado por las autoras

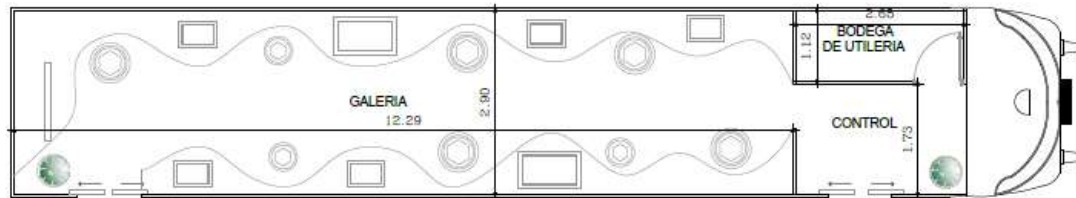
Sala 3 Vagón Galería

En este vagón se va a ofrecer la interpretación de la historia del Ecuador juntamente con las fotografías referentes a la historia, para que los visitantes amplíen su conocimiento, la infraestructura de esta sala va a tener la forma de un vagón de ferrocarril para que brinde ese ambiente del tren a los visitantes. Así mismo contará esta sala con elementos antiguos de exhibición para que puedan apreciarlos y también disfrutar de esa experiencia. Habrá asientos pufs que estarán repartidos a lo largo de esta sala para que sean utilizados por los visitantes si así lo requieran.

Las dimensiones con las que esta sala estará constituida son 17,84 m² a lo largo y a lo ancho con 2.90 m² de ancho. Además, este vagón será dividido en dos salas que cuentan con las dimensiones de 12,29 m de ancho x 2,90m de largo, contará con una bodega de utilería de con dimensiones de 2,65 m de ancho

por 1,12 m de largo en donde se podrá guardar objetos necesarios de limpieza o mantenimiento, existe una sala de control como las tenían los ferrocarriles la cual tiene una longitud de 1,73 m de ancho por 2,65m de largo que será la entrada de esta sala.

Figura 8 Sala 3 Galería del museo



PLANTA DE GALERIA

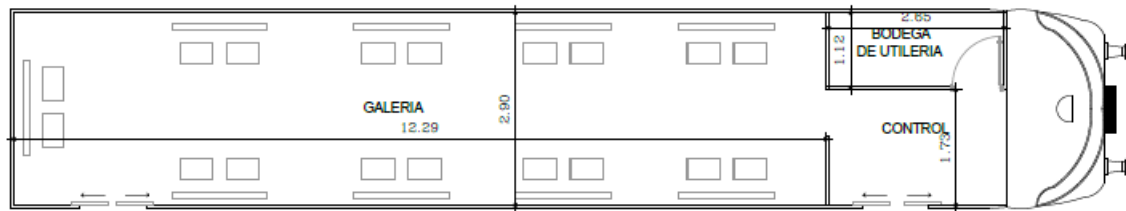
Fuente: Las autoras

Sala 4 Desafía tu conocimiento

En esta sala se va a ofrecer a los visitantes una experiencia desafiante porque se busca evaluar los conocimientos por medio de juegos divertidos, pero con relación a la historia del tren y la interpretación. De igual forma se pretende tener juegos de mesa con la temática de tren para que los niños disfruten de la visita al museo y esta sea divertida. La infraestructura de esta sala va a tener la forma de un vagón de ferrocarril para que brinde ese ambiente del tren a los visitantes.

Las dimensiones con las que esta sala estará constituida son 17,84 m² a lo largo y a lo ancho con 2,90 m² de ancho. Además, este vagón será dividido en dos salas que cuentan con las dimensiones de 12,29 m de ancho x 2,90m de largo, en donde se ubicarán mesas y asientos distintivamente para que exista un debido manejo del espacio, también contará con una bodega de utilería de con dimensiones de 2,65 m de ancho por 1,12 m de largo en donde se podrá guardar objetos necesarios de limpieza o mantenimiento, existe una sala de control como las tenían los ferrocarriles la cual tiene una longitud de 1,73 m de ancho por 2,65m de largo que será la entrada para las salas dispuestas.

Figura 38 Planta Vagón Desafía tu conocimiento



PLANTA DESAFIA TU CONOCIMIENTO

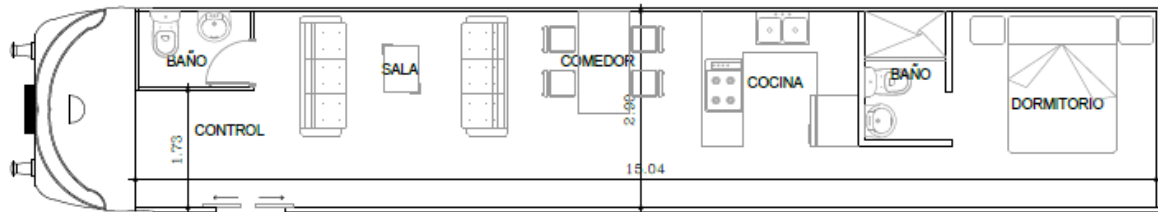
Fuente: Elaborado por las autoras

Sala 5 vagón presidencial

En esta sala se va un viaje al pasado y la experiencia de cómo fue entrar a un vagón presidencial o VIP. Este vagón estará dividido en un comedor, una cocina y un dormitorio el cual cuenta con su respectivo baño, la infraestructura del vagón presidencial es la de un vagón de ferrocarril para que brinde ese ambiente del tren a los visitantes.

Las dimensiones con las que esta sala estará constituida son 17,84 m² a lo largo y a lo ancho con 2,90 m² de ancho. Además, este vagón será dividido en dos salas que cuentan con las dimensiones de 12,29 m de ancho x 2,90 hasta, en donde se ubicarán los asientos distintivamente en cada sala para que exista un debido manejo del espacio se ubicarán mesas y por cada mesa iría una pantalla, también contará con una bodega de utilería de con dimensiones de 2,65 m de ancho por 1,12 m de largo en donde se podrá guardar objetos necesarios de limpieza o mantenimiento, existe una sala de control como las tenían los ferrocarriles la cual tiene una longitud de 1,73 m de ancho por 2,65m de largo que será la entrada para las salas dispuestas.

Figura 39 Sala 5 vagón presidencial



PLANTA VAGON PRESIDENCIAL

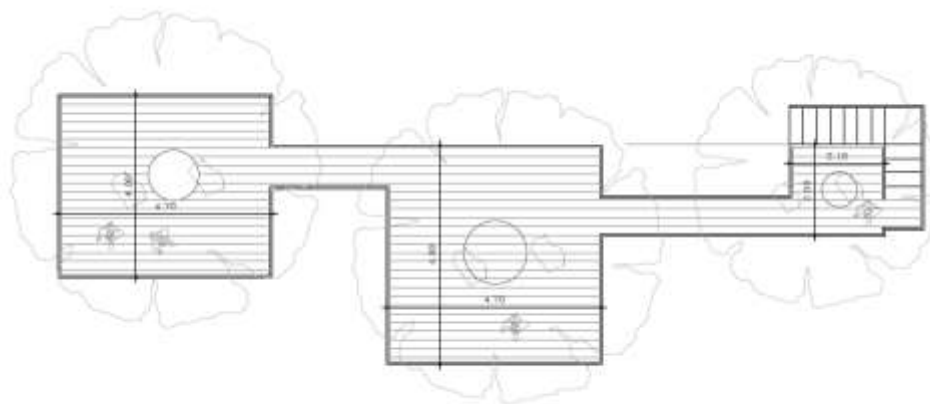
Fuente: Elaborado por las autoras

Mirador

El mirador balcón Imbabureño es una zona para que los visitantes puedan compartir su tiempo con la naturaleza y observar el paisaje de la ciudad de Ibarra, la laguna de Yahuarcocha, el volcán Imbabura y la Cotacachi. En este espacio podrán los visitantes tomar fotografías y tener un tiempo de relajación, contando con asientos y mesas donde puedan tener un tiempo de tranquilidad.

El mirador estará distribuido en tres zonas donde se ubicarán tres mesas con sus respectivos asientos para que los visitantes puedan disfrutar de la vista, la primera zona cuenta con las dimensiones de 4,70 m de ancho por 4,00 m de largo, así como la segunda zona que se encuentra en la mitad con las dimensiones de 4,70 m de ancho por 4,80m de largo y la última zona del mirador tiene las dimensiones de 2 m de ancho por 2,10 m de largo.

Figura 40 Planta mirador



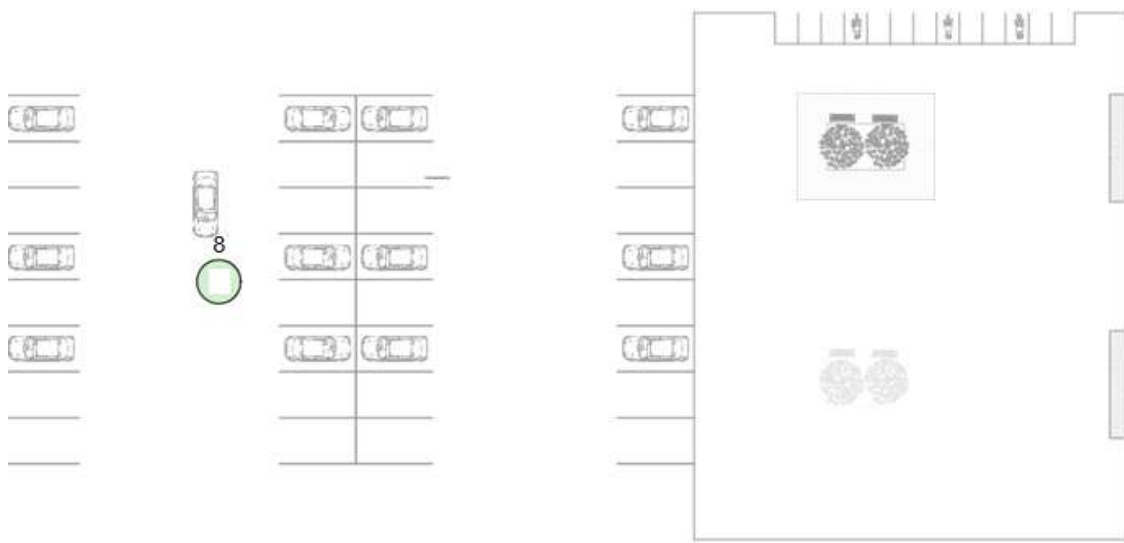
PLANTA MIRADOR

Fuente: Las Autoras

Parqueadero

La zona del parqueadero se ubicará al inicio de la entrada del proyecto para que eso facilite la llegada de los visitantes y así mismo su salida claro que estará distribuido de manera en la que no exista ningún accidente en las instalaciones. Su capacidad será para 28 vehículos aproximadamente, contando con su respectiva señalización en cada espacio necesario.

Figura 41 Parqueadero del museo

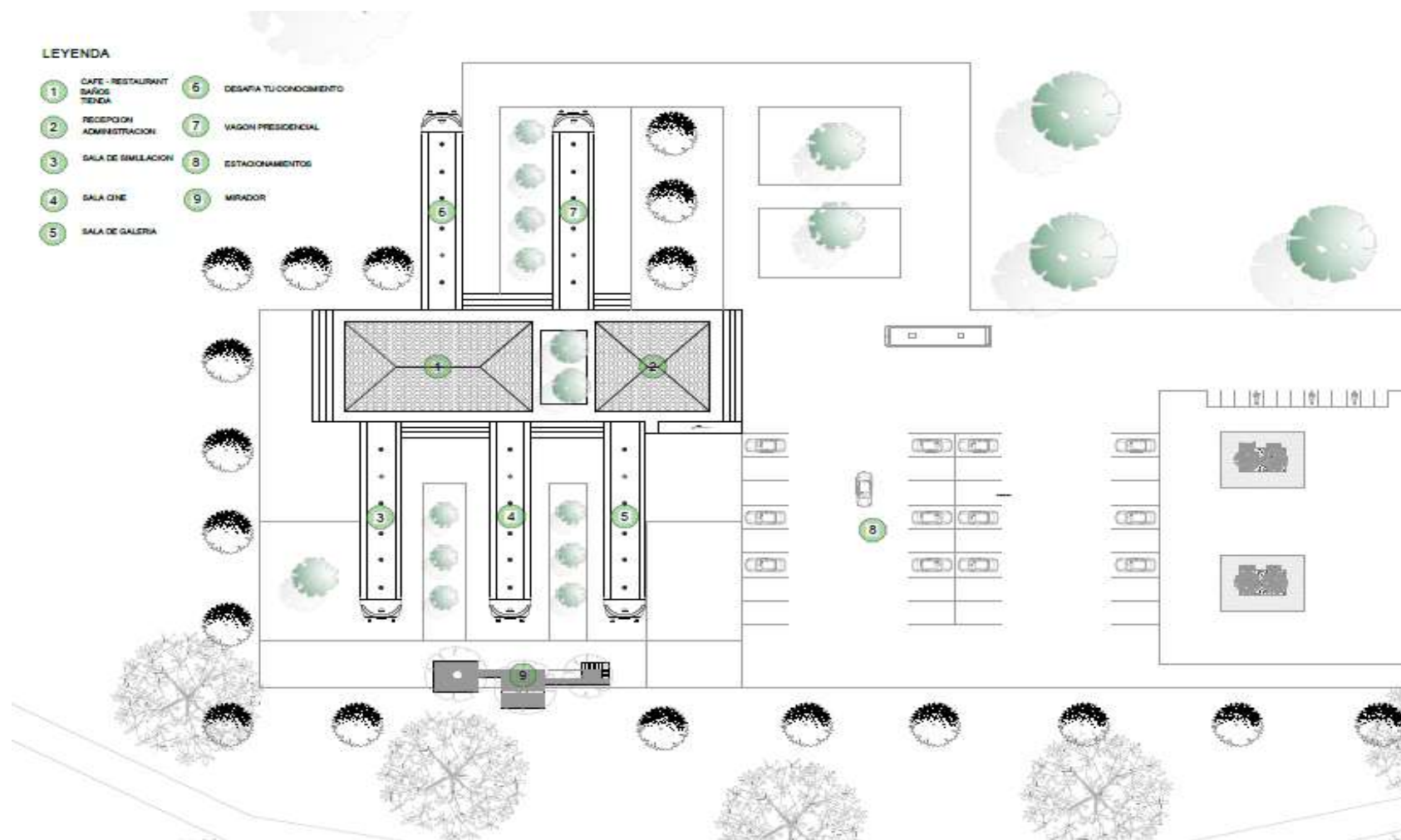


Fuente: Elaborado por las autoras

4.5 Diseño planimétrico de la planta

El diseño planimétrico de distribución de la planta se lo ha elaborado teniendo en cuenta las distintas áreas e instalaciones con las que contará el museo, las cuales serán separadas y organizadas para una mejor distribución del espacio. Se muestra de igual forma la distribución de las salas del museo que serán ofrecidas a los visitantes.

Figura 42 Distribución de todas las áreas del museo



Fuente: Elaborado por las autoras

4.6 Requerimiento por área

Los requerimientos necesarios para el funcionamiento de cada área dentro del emprendimiento se detallan de manera específica a continuación.

Tabla 17 Equipo y mobiliario

Equipo y mobiliario		
Zona	Detalle	Cantidad
Recepción - Administración	Sillones de espera	9
	Escritorios	3
	Sillas	9
	Barra de atención en semi luna	1
	Computadora	4
	Plantas ornamentales en masetas	4
	Teléfono inalámbrico	4
	Dispensador de gel antiséptico	3
Sala 1 Simulación	Asientos para la simulación del viaje	32
	Pantallas led	8
	Mesas	8
Sala de exhibición	Paneles Interpretativos	2
	Estanterías	4
	Bombillas reflectoras	25
	Asientos de descanso	6
	Campana antigua de estación de tren	2
	Placas de locomotoras	5
	Luces de locomotoras	4
Botiquín antiguo de locomotoras	1	

	Lámparas de estación	2
	Un velocípedo	1
	Un teléfono antiguo de estación	1
	Un telégrafo antiguo de estación	1
	Una máquina de escribir antigua	1
	Sellos antiguos usados para tramites	10
	Semáforo ferroviario antiguo	1
	Teléfonos antiguos	3
	Faroles de mano	3
	Ropa antigua de los ferroviarios	3
Sala para desafiar tu conocimiento	Pantallas	4
	Paneles	4
	Juegos interactivos	5
	Rompecabezas	5
Sala del vagón presidencial	Sillones	2
	Mesa	1
	Radio antigua	1
	Lámparas antiguas de tren	4
	Cama antigua	1
	Velador antiguo	1
	Baño	1
	Tina de baño	1
Juego de sala	1	
Sala cine	Cortinas	5

	Sillas	40
	Pantalla led	1
	Gafas de 3D	40
	Bombillas	20
Cafetería	Mesas	6
	Sillas	28
	Barra	1
	Cocina industrial grande de 6 quemadores	1
	Dimensiones: 90 cm x 56 cm Alto: 86 cm	
	Lavaplatos industrial de doble poceta	1
	Medidas: 1.70 mts de frente x 65 cm de ancho x 90 cm de alto	
	Refrigerador	1
	Extractor de olores	1
	Batidora	1
	Licuadaora	1
	Sandwichera	1
Servicios higiénicos	Baños	5
	Lavamanos	4
	Secador de manos	2
	Dispensador de papel higiénico	2
	Dispensador de jabón	2
	Espejos	2

	Basureros	5
Tienda de artesanías	Estanterías	2
	Pedestales	4
	Barra de atención al cliente	1
	Computadora	1

Fuente: Elaborado por las autoras

4.7 Inversiones y capital de trabajo

4.7.1 Obra civil necesaria

La dimensión del terreno para la construcción y apertura del museo es de 4,23 hectáreas. Donde se estima que ocupe 2 hectáreas del terreno aproximadamente para la construcción del museo. Para dar inicio al proyecto es relevante aclarar que no se cuenta con ninguna estructura física previa y que el terreno en donde se pretende ubicar el museo es un espacio el cual se debe realizar la respectiva limpieza, puesto que es un terreno no cuenta con tratamiento alguno, aún se encuentra en su estado natural.

El emprendimiento tendrá una temática de un tren y lo que se busca es revalorizar la historia del tren del Ecuador por lo que se requiere de infraestructuras similares como lo son: la planta de la cafetería-tienda de artesanías que tendrán un ambiente de una sala de espera de una estación de tren, así como la planta de recepción-administración la cual será ambientada y adaptada como una estación, los cinco vagones que estarán divididos por salas y cada sala contará la historia de diferentes maneras y la infraestructura del mirador que permitirá a los visitantes disfrutar De la naturaleza.

- **Materiales de la obra civil necesaria**

Tabla 18 Materiales de la planta Cafetería

Planta Cafetería			
material	cantidad	valor unitario	valor total
ladrillo	6	\$ 0,30	\$ 1.837,00
arena gruesa	6 volquetas	\$ 120,00	\$ 720,00
ripio	6 volquetas	\$ 120,00	\$ 720,00
arena fina	4 volquetas	\$ 120,00	\$ 480,00
hierro	18 qq	\$ 45,00	\$ 810,00
estribos	28 qq	\$ 48,00	\$ 1.344,00
Porcelanato	157,38 m2	\$ 25,00	\$ 3.934,00
juego de baño	6	\$ 90,00	\$ 540,00
Techo	80 hojas de Eternit	\$ 16,00	\$ 1.280,00
Correas	30	\$ 17,00	\$ 510,00
fregadero de cocina	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Total			\$ 12.245,00

Fuente: Elaborado por las autoras

Tabla 19 Planta de Recepción – Administración

Planta recepción- Administración			
Material	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Ladrillo	3	\$ 0,30	\$ 1.005,00
arena gruesa	3 volquetas	\$ 120,00	\$ 360,00
ripio	3 volquetas	\$ 120,00	\$ 360,00
arena fina	2 volquetas	\$ 120,00	\$ 240,00
hierro	9qq	\$ 45,00	\$ 405,00
Estribos	14qq	\$ 48,00	\$ 672,00
porcelanato	85,095m2	\$ 25,00	\$ 2.127,00
juego de baño	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Techo	41 hojas	\$ 16,00	\$ 656,00
Correas	15	\$ 17,00	\$ 255,00
Total			\$ 6.170,00

Fuente: Elaborado por las autoras

Tabla 20 Planta Sala de simulación

Planta sala simulación				
área	material	cantidad	valor unitario	valor total
bodega utilería	palos 3m	4	\$ 20,00	\$ 80,00
Sala	palos 3m	10	\$ 20,00	\$ 200,00
Control	palos 3m	4	\$ 20,00	\$ 80,00
entablado	Madera	300	\$ 15,00	\$ 4.500,00
Total				\$ 4.860,00

Fuente: Elaborado por las autoras

Tabla 21 Planta Sala cine

Planta sala cine				
área	material	cantidad	valor unitario	valor total
bodega utilería	palos 3m	4	\$ 20,00	\$ 80,00
Sala	palos 3m	10	\$ 20,00	\$ 200,00
Control	palos 3m	4	\$ 20,00	\$ 80,00
entablado	madera	300	\$ 15,00	\$ 4.500,00
Total				\$ 4.860,00

Fuente: Elaborado por las autoras

Tabla 22 Planta de exhibición

Planta exhibición				
área	material	cantidad	valor unitario	valor total
bodega utilería	palos 3m	4	\$ 20,00	\$ 80,00
Sala	palos 3m	10	\$ 20,00	\$ 200,00
Control	palos 3m	4	\$ 20,00	\$ 80,00
entablado	Madera	300	\$ 15,00	\$ 4.500,00
Total				\$ 4.860,00

Fuente: Elaborado por las autoras

Tabla 23 Planta desafía tu conocimiento

Planta desafía tu conocimiento				
área	material	cantidad	valor unitario	valor total
bodega utilería	palos 3m	4	\$ 20,00	\$ 80,00
Sala	palos 3m	10	\$ 20,00	\$ 200,00
Control	palos 3m	4	\$ 20,00	\$ 80,00
entablado	Madera	300	\$ 15,00	\$ 4.500,00
Total				\$ 4.860,00

Fuente: Elaborado por las autoras

Tabla 24 Planta vagón presidencial

Planta vagón presidencial				
área	material	cantidad	valor unitario	valor total
Baño	palos 3m	4	\$ 20,00	\$ 80,00
Sala	palos 3m	8	\$ 20,00	\$ 160,00
Control	palos 3m	4	\$ 20,00	\$ 80,00
Comedor	palos 3m	6	\$ 20,00	\$ 120,00
Dormitorio	palos 3m	8	\$ 20,00	\$ 160,00
Cocina	palos 3m	8	\$ 20,00	\$ 160,00
entablado	Madera	400	\$ 15,00	\$ 6.000,00
Total				\$ 6.760,00

Fuente: Elaborado por las autoras

- **Acabados de la obra civil**

Tabla 25 Acabados de la obra civil

Acabados de la obra civil			
Material	Cantidad	Precio unitario	Precio total
pintura	3	\$ 30,00	\$ 90,00
espátula	2	\$ 1,80	\$ 3,60
espejos	3	\$ 3,00	\$ 9,00
tubo de cortina	9	\$ 3,00	\$ 27,00
brochas	3	\$ 2,00	\$ 6,00
rodillos	3	\$ 2,50	\$ 7,50
ventanas	4	\$ 200,00	\$ 800,00
cajetines	20	\$ 1,00	\$ 20,00
tomar rientes	20	\$ 1,50	\$ 30,00
focos	45	\$ 2,00	\$ 90,00
base de focos	45	\$ 2,50	\$ 112,50
tubería de 90mm	2	\$ 7,00	\$ 14,00
tubo de 3m	2	\$ 4,00	\$ 8,00
llave de media	2	\$ 5,00	\$ 10,00
llave de paso	1	\$ 5,00	\$ 5,00
puertas	10	\$ 90,00	\$ 900,00
Total			\$ 2.132,60

Fuente: Elaborado por las autoras

- **Construcción y adecuación**

Tabla 26 Construcción y adecuación

Construcción y adecuación			
modificaciones	mano de obra	costo unitario	Costo total
construcción	dos maestros	\$ 200,00	\$ 800,00
colocar puertas	dos maestros	\$ 10,00	\$ 60,00
muebles de los vagones	dos maestros	\$ 300,00	\$ 1.200,00
ingeniero técnico	2 ingenieros	\$ 50,00	\$ 100,00
Total			\$ 2.160,00

Fuente: Elaborado por las autoras

- **Total, de costos de la obra civil**

Tabla 27 Total de costos de la obra civil

Total, de costos de la obra civil	
Obra Civil	
Materiales	\$ 43.615,00
Acabados	\$ 2.132,60
Construcción	\$ 2.160,00
Total	\$ 47.907,60

Fuente: Elaborado por las autoras

4.7.2 Maquinaria y equipos

Tabla 28 Maquinaria y equipos

Equipo y mobiliario				
Zona	detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Recepción - administración	sillones de espera	9	\$ 129,00	\$ 1.161,00
	escritorios	3	\$ 50,00	\$ 150,00
	barra de atención en semi luna	1	\$ 700,00	\$ 700,00
	computadora	4	\$ 799,00	\$ 3.196,00
	sillas	9	\$ 65,00	\$ 585,00
	teléfono inalámbrico	4	\$ 59,00	\$ 236,00
Sala de simulación	asientos de simulación	32	\$ 32,00	\$ 1.024,00
	pantallas led	8	\$ 8,00	\$ 64,00
	mesas	8	\$ 8,00	\$ 64,00
Sala de exhibición	paneles interpretativos	2	\$ 60,00	\$ 120,00
	bombillas reflectoras	25	\$ 32,00	\$ 800,00
	asientos de descanso	6	\$ 39,00	\$ 234,00
	Campana antigua de estación de tren	1	\$ 700,00	\$ 700,00
	Placas de locomotoras	4	\$ 400,00	\$ 1.600,00

	luces de locomotoras	4	\$ 40,00	\$ 160,00
	botiquín antiguo	1	\$ 40,00	\$ 40,00
	lámparas de estación	2	\$ 250,00	\$ 500,00
	velocípedo	1	\$ 400,00	\$ 400,00
	teléfono antiguo de estación	1	\$ 250,00	\$ 250,00
	telégrafo antiguo	1	\$ 250,00	\$ 250,00
	máquina de escribir antigua	1	\$ 150,00	\$ 150,00
	sellos antiguos	10	\$ 15,00	\$ 150,00
	faroles de mano	3	\$ 75,00	\$ 225,00
	semáforo antiguo de estación	1	\$ 200,00	\$ 200,00
	ropa antigua de ferroviarios	3	\$ 55,00	\$ 165,00
Sala desafía tu conocimiento	pantallas led	5	\$ 500,00	\$ 2.500,00
	paneles interpretativos	5	\$ 200,00	\$ 1.000,00
	tabletas de juegos interactivos	5	\$ 200,00	\$ 1.000,00
	rompecabezas	5	\$ 25,00	\$ 125,00
sala vagón presidencial	sillones	2	\$ 45,00	\$ 90,00
	mesa	1	\$ 100,00	\$ 100,00
	radio antigua	1	\$ 80,00	\$ 80,00
	lámparas antiguas de tren	4	\$ 550,00	\$ 2.200,00
	cama antigua	1	\$ 90,00	\$ 90,00
	velador antiguo	1	\$ 200,00	\$ 200,00
	juego de baño antiguo	1	\$ 210,00	\$ 210,00
	juego de sala	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00

	cocineta	1	\$ 87,00	\$ 87,00
	nevera pequeña	1	\$ 209,90	\$ 209,90
sala cine	cortinas	6	\$ 25,00	\$ 150,00
	sillas	40	\$ 40,00	\$ 1.600,00
	gafas 3D	40	\$ 20,00	\$ 800,00
	pantallas led	1	\$ 800,00	\$ 800,00
	bombillas	20	\$ 7,00	\$ 140,00
Cafetería	mesas	6	\$ 100,00	\$ 600,00
	sillas	28	\$ 30,00	\$ 840,00
	barra de atención	1	\$ 700,00	\$ 700,00
	cocina industrial	1	\$ 325,00	\$ 325,00
	refrigerador	1	\$ 700,00	\$ 700,00
	extractor de olores	1	\$ 443,00	\$ 443,00
	batidora	1	\$ 30,00	\$ 30,00
	cafetera	1	\$ 40,00	\$ 40,00
	Sanduchera	1	\$ 20,00	\$ 20,00
	anaquel	1	\$ 200,00	\$ 200,00
	basurero	1	\$ 5,00	\$ 5,00
	floreros	7	\$ 4,00	\$ 28,00
	azucareros	7	\$ 2,50	\$ 17,50
	vajilla de porcelana	5	\$ 33,00	\$ 165,00
	cucharas grandes	4	\$ 9,50	\$ 38,00
	cucharas pequeñas	4	\$ 10,20	\$ 40,80
	juego de vasos 6 unidades	3	\$ 2,90	\$ 8,70
	veras aromáticas	10	\$ 1,00	\$ 10,00
	licuadora	1	\$ 59,99	\$ 59,99

	cernidor	2	\$ 1,50	\$ 3,00
	jarras	1	\$ 2,00	\$ 2,00
	rodillos	1	\$ 6,50	\$ 6,50
	juegos de sartén	2	\$ 15,00	\$ 30,00
	juego de cuchillos	1	\$ 12,00	\$ 12,00
	microondas	1	\$ 109,00	\$ 109,00
	olla tamalera	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Tienda de artesanías	estanterías	4	\$ 395,00	\$ 1.580,00
	pedestales	5	\$ 67,00	\$ 335,00
	barra de atención al cliente	1	\$ 700,00	\$ 700,00
	caja registradora	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Baños	ambientador	2	\$ 2,00	\$ 4,00
	recogedor y escoba	2	\$ 3,75	\$ 7,50
	trapeador	2	\$ 1,50	\$ 3,00
	cloro	1	\$ 4,50	\$ 4,50
	alcohol	1	\$ 6,00	\$ 6,00
	secador de manos	2	\$ 200,00	\$ 400,00
	dispensador de papel	2	\$ 28,00	\$ 56,00
	basureros	7	\$ 5,00	\$ 35,00
Total				\$ 33.460,39

Fuente: Elaborado por las autoras

4.8 Capital de trabajo

- **Detalle de los sueldos mensual por cargo de trabajo**

Tabla 29 Sueldo por cargo de trabajo

Sueldo por cargo de trabajo			
Cargo	Detalle	Cantidad	Sueldo
Gerente	Accionista	1	\$ 400,00
Administrador	Accionista	1	\$ 400,00
Guía	Empleado	1	\$ 400,00
Auxiliar de sala	Empleado	1	\$ 400,00
cocinero	Empleado	1	\$ 400,00
mesero	Empleado	1	\$ 400,00
Total			\$ 2.400,00

Fuente: elaborado por las autoras

- **Detalle de los gastos de servicios básicos mensuales**

Tabla 30 Gasto de los servicios básicos

Servicios Básicos	
Detalle	valor mensual
Agua	\$ 30,00
Luz	\$ 30,00
Teléfono	\$ 30,00
Internet empresarial	\$ 45,00
Gas	\$ 30,00
Total	\$ 165,00

Fuente: Elaborado por las autoras

- **Capital de trabajo para 4 meses**

Tabla 31 Capital de trabajo

Capital de trabajo	
Mensual	\$ 2.565,00
4 meses	\$ 10.260,00

Fuente: Elaborado por las autoras

4.9 Total, de la inversión

Tabla 32 Total de inversión

Total de la inversión	
Obra civil	\$ 47.907,60
Equipo y mobiliario	\$ 33.460,39
Capital de trabajo	\$ 10.260,00
Total	\$ 91.627,99

Fuente: elaborado por las autoras

4.10 Plan de financiación Recursos propios (Créditos o préstamos, subvenciones de otras entidades, capitalización)



Detalle Simulación de Crédito

Tipo	PYME		
Destino	Capital de Trabajo	Tasa Nominal(%)	0.76
Sector Económico	N/A	Tasa Efectiva(%)	10.21
Failidad	Pequeña y Mediana	Monto(USD)	76,672.00
Tipo Amortización	Empresa	Plazo(Años)	3
Forma de Pago	Cuota Fija Mensual	Fecha Simulación	2022-02-01

Requerda: Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
0	76672.00			
1	74830.24	1841.76	623.60	2465.36
2	72973.50	1856.74	608.62	2465.36
3	71101.66	1871.84	593.52	2465.36
4	69214.59	1887.07	578.29	2465.36
5	67312.18	1902.41	562.95	2465.36
6	65394.29	1917.89	547.47	2465.36
7	63460.80	1933.49	531.87	2465.36
8	61511.59	1949.21	516.15	2465.36
9	59546.53	1965.07	500.29	2465.36
10	57565.48	1981.05	484.31	2465.36
11	55568.32	1997.16	468.20	2465.36
12	53554.92	2013.40	451.96	2465.36
13	51525.14	2029.78	435.58	2465.36
14	49478.85	2046.29	419.07	2465.36
15	47415.92	2062.93	402.43	2465.36
16	45336.21	2079.71	385.66	2465.36
17	43239.58	2096.63	368.73	2465.36
18	41125.90	2113.68	351.68	2465.36
19	38995.04	2130.87	334.49	2465.36
20	36846.84	2148.20	317.16	2465.36
21	34681.16	2165.67	299.69	2465.36
22	32497.88	2183.29	282.07	2465.36
23	30296.83	2201.04	264.32	2465.36
24	28077.89	2218.95	246.41	2465.36
25	25840.90	2236.99	228.37	2465.36
26	23585.71	2255.19	210.17	2465.36

Fuete: simulador de créditos de la entidad bancaria BanEcuador

4.11 Estructura organizativa y administrativa

4.11.1 Misión

Somos un museo temático con un enfoque revalorizador del Tren del Ecuador donde se expone el valor histórico del ferrocarril, a través de visitas guiadas y exposiciones interpretativas que faciliten el conocimiento y comprensión de este bien patrimonial, además de brindar el servicio de alimentación en cafetería en un sitio estratégicamente ubicado para apreciar la

ciudad de Ibarra; atendidos por personal altamente capacitado en guianza y manejo de para proporcionar la mejor experiencia posible.

4.11.2 Visión

Posicionarnos para el 2027 como un museo referente a nivel nacional, siendo uno de los pioneros en creatividad e innovación en la interpretación del ferrocarril, con personal especializado, que reciba visitantes de todo el país en volúmenes cada vez más crecientes.

4.11.3 Políticas

- Cumplir de forma correcta con los horarios de trabajo establecidos por la empresa.
- Velar por un ambiente de trabajo tranquilo, cordial, colaborativo y motivador.
- Generar espacios de comunicación y difusión de las actividades encaminadas a lo largo del logro de los objetivos organizacionales, personales y la mejora del clima organizacional.
- Tener cuidado con el proceso de higiene de las diferentes áreas del museo, como muebles, equipo de trabajo, las salas de exposición.
- Ofrecer un servicio de calidad, sobre todo inclusivo tanto con los clientes como entre el personal de trabajo.

4.11.4 Valores

- **Compromiso.** - Cumplir de manera adecuada con el trabajo hacia el cliente.
- **Honradez.** - Actuamos con coherencia y seriedad, respetando la verdad y la justicia, siendo sinceros y cuidadosos con los demás.
- **Respeto.** - Reconocer y considerar al cliente interno y externo.
- **Puntualidad:** no hacer esperar al cliente.
- **Servicio:** Estaremos dispuestos a la colaboración entre compañeros y a la actitud se servicio de manera oportuna y eficaz hacia nuestros clientes.

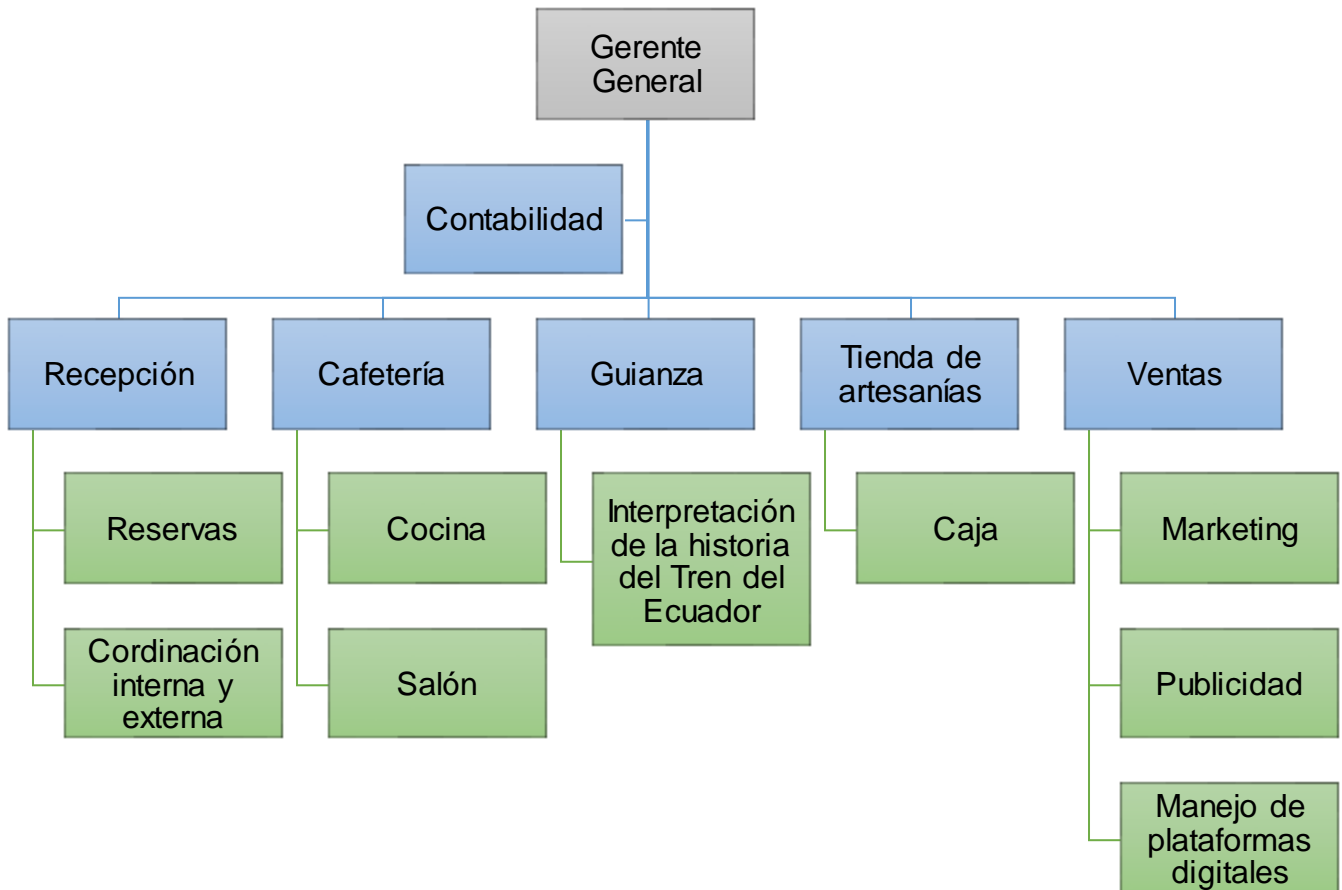
- **Trabajo en equipo:** Valorar la importancia de la ejecución de un trabajo en equipo, hacia un bien común del museo, y reflejar este resultado a nuestros clientes.
- **Integridad:** Todas las personas que conforman nuestro grupo de trabajo deben actuar de manera ética, con honestidad e integridad, respetando los valores, principios y códigos internos, para contribuir al mejoramiento del museo.

4.11.5 Imagen corporativa (logo)



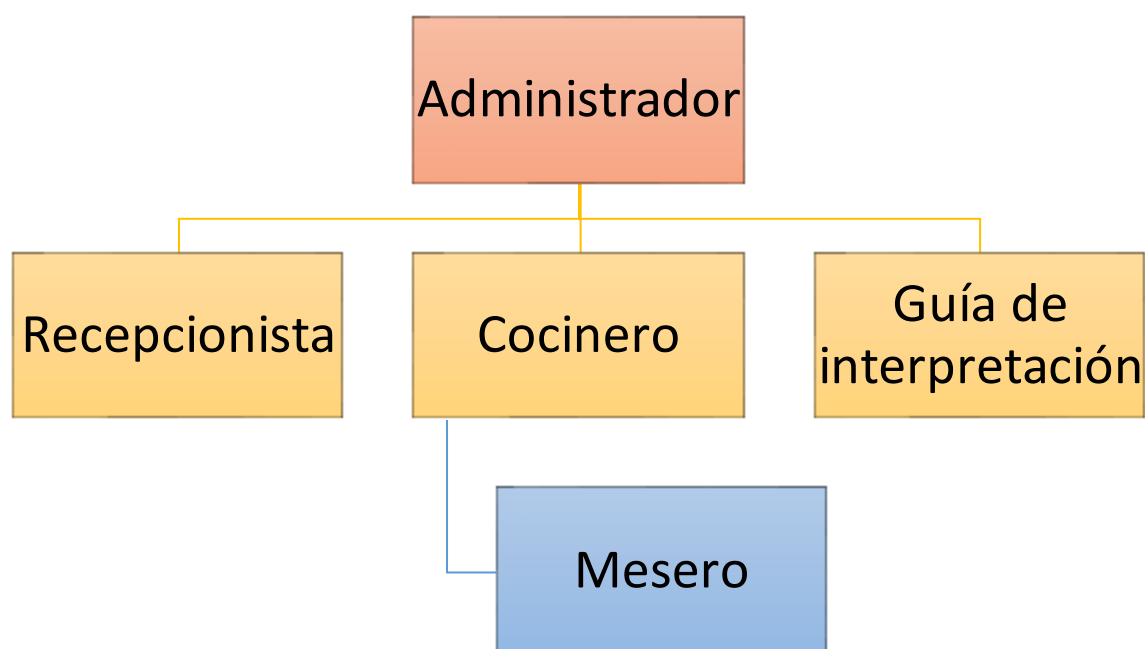
4.11.6 Organigrama

Figura 12 Organigrama operativo administrativo de funciones



Fuente: Elaborado por las autoras

Figura 43 Organigrama operativo administrativo del personal



Fuente: Elaborado por las autoras

Tabla 33 Funciones de los distintos cargos del personal


CARGO	FUNCIONES
ADMINISTRADOR	Organización del personal Coordinación de la contabilidad coordinación del mantenimiento Procesos administrativos Documentación administrativa
RECEPCIONISTA	Recepción de los visitantes Reservas Atención de las llamadas telefónicas Ventas Coordinación operativa Apoyo en la cafetería Apoyo en guianza Atención al visitante Apoyo en la tienda de artesanías Facturación y cobro del establecimiento
COCINERO	Cocina

	Preparación de los alimentos
MESERO	Servicio de alimentos Caja Limpieza de la cafetería
GUÍA	Interpretación de las diferentes salas del museo Apoyo en la limpieza de áreas comunes

Fuente: Elaborado por las autoras

4.11.7 Manual de funciones


Tabla 34 Ficha de puesto del trabajo del administrador

		Ficha de puesto de trabajo	
		Administrador	
Perfil del puesto de trabajo			
Edad:	De 25 a 40 años	Genero:	Masculino – femenino
Nivel de instrucción:	Tercer nivel	Título:	Administración de empresas
Idioma:	Ingles B1	Horario:	Mañana – tarde
Responsabilidades		<ul style="list-style-type: none"> • Está encargado de organizar, coordinar, supervisar y evaluar las actividades y procesos administrativos del establecimiento. • Estos profesionales son los que establecen estándares para la administración del personal, se encarga del servicio de visitante, la publicidad. 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Interactúa con los visitantes del establecimiento.
Formación	<ul style="list-style-type: none"> • Tener conocimiento sobre marketing, ventas, producción y finanzas.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Tener habilidad en liderazgo • Habilidad en comunicarse • Perseverancia • Toma de decisiones • Direccionamiento estratégico
Experiencia laboral	Un año mínimo
Aptitudes	<ul style="list-style-type: none"> • Tener pensamiento crítico • Tener iniciativa • Capacidad de planificación • Responsable • Autocontrol • Iniciativa
Firma	_____
Fecha	-/-/-

Fuente: Elaborado por las autoras

Tabla 35 Ficha de puesto del trabajo del recepcionista


Ficha de puesto de trabajo			
			
Nombre del puesto:		Recepcionista	
Perfil del puesto de trabajo			
Edad:	De 25 a 35 años	Genero:	Masculino – femenino
Nivel de instrucción:	Tercer nivel	Título:	Lic. Publicidad y Relaciones Públicas.
Idioma:	Ingles B1	Horario:	Mañana – tarde

Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Se principalmente, de organizar y controlar los servicios de recepción, telefonía, portería, manejo de equipaje y servicios internos y externos relativos a las necesidades del visitante. • Recibir a todos los visitantes, sin importar su importancia o su jerarquía. • Atender el teléfono. • Gestionar el correo electrónico del establecimiento, contestando y resolviendo las inquietudes planteadas en cada mail. • Realizar un control sobre el mapa de reservas.
Formación	<ul style="list-style-type: none"> • Debe saber manejar la documentación administrativa básica y saber tramitar operaciones básicas de cobros y pagos.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Tener una buena comunicación • Habilidades administrativas • Destrezas de organización • Habilidad resolutiva
Experiencia laboral	Un año mínimo
Aptitudes	<ul style="list-style-type: none"> • Educado • Una imagen cuidada

		<ul style="list-style-type: none"> • Gran capacidad comunicativa, incluyendo lenguaje claro y actitud profesional al teléfono. • Ser capaz de mantenerse tranquilo y cortés, pero firme bajo presión. • Conocimientos básicos de teclado de TIC.
Firma	_____	Fecha -/-/-

Fuente: Elaborado por las autoras


Tabla 36 Ficha de puesto de trabajo del guía

Ficha de puesto de trabajo	
	
Nombre del puesto:	Guía
Perfil del puesto de trabajo	
Edad:	De 25 a 40 años
Genero:	Masculino – femenino
Nivel de instrucción:	Tercer nivel
Título:	Lic. Turismo
Idioma:	Ingles B1
Horario:	Mañana – tarde
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Es un entusiasta anfitrión que siempre está dispuesto para brindar hospitalidad a clientes. • Recepción de los visitantes nacionales y extranjeros. • Acompañamiento de turistas. • Información veraz, objetiva y clara al público receptor.

	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecución puntual del programa de actividades establecido por el establecimiento. • Control del grupo de visitantes en cuanto a regulaciones, restricciones o precauciones necesarias en el desarrollo de las actividades dentro del recorrido. • Entretenimiento del grupo durante la demostración o explicación de la zona. 		
Formación	<ul style="list-style-type: none"> • Debe tener conocimiento sobre el idioma del inglés, habilidades de interpretación y un discurso claro. 		
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Puntualidad • Conocimiento de idiomas • Empatía • Sonrisa y lenguaje corporal • Sentido del humor • Espontaneidad. 		
Experiencia laboral	Un año mínimo		
Aptitudes	<ul style="list-style-type: none"> • Excelentes habilidades interpersonales. • Una buena presentación y habilidades de comunicación. • Automotivación y entusiasmo. • Una dicción clara. • Buenas habilidades descriptivas. • Una buena capacidad de planificación y organización. 		
Firma	_____	Fecha	-/-/-

Fuente: Elaborado por las autoras


Tabla 37 Ficha de puesto del trabajo del cocinero

Ficha de puesto de trabajo	
	
Nombre del puesto:	Cocinero
Perfil del puesto de trabajo	
Edad:	De 25 a 40 años
Genero:	Masculino – femenino
Nivel de instrucción:	Tercer nivel
Título:	Lic. Gastronomía
Idioma:	Ingles B1
Horario:	Mañana – tarde
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar y controlar la cocina; evaluar nuevos productos y proveedores. • Elaborar menú o carta; analizando costos y rentabilidad del mismo. • Planificar periódicamente la oferta gastronómica con el objeto de satisfacer las necesidades del cliente. • Operar varios equipos de cocina para la preparación de las comidas. • Preparar, diseñar, montar y presentar platos diversos.
Formación	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de alimentos y control de la calidad en cuanto a la materia prima e insumos.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Orden y limpieza • Conocer y dominar las técnicas básicas de panadería y repostería. • Facilidad de comunicación • Toma de decisiones

	<ul style="list-style-type: none"> • Buena salud • Resistencia • Buena forma física • Habilidad manual 		
Experiencia laboral	Un año mínimo		
Aptitudes	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para el trabajo en equipo • Disciplina • Responsabilidad • Sociabilidad • Dominio de sí mismo • Comprensión hacia los compañeros • Memoria • Voluntad y constancia • Flexibilidad • Autoridad • Iniciativa • Inquietud por perfeccionarse • Imaginación • Conocimiento completo y actualizado de técnicas, productos y maquinaria • Interés por cuidar y mantener una buena imagen 		
Firma	_____	Fecha	-/-/-

Fuente: Elaborado por las autoras

Tabla 38 Ficha de puesto del trabajo del mesero

Ficha de puesto de trabajo			
			
Nombre del puesto:		Mesero	
Perfil del puesto de trabajo			
Edad:	De 25 a 40 años	Genero:	Masculino – femenino
Nivel de instrucción:	Secundaria	Titulo:	
Idioma:	Ingles B1	Horario:	Mañana – tarde
Responsabilidades		<ul style="list-style-type: none"> • Antes de que abra el restaurante o de que lleguen los clientes al salón, el camarero tiene poner las mesas. • En ocasiones hay cubiertos que deben pulirse o se debe hacer decoraciones en la mesa. • Verifica que haya suficientes menús disponibles, y que cualquier otro equipamiento que se utilice estén limpios y disponibles. • Se encarga de que los salseros, salseras, servilleteros, pimenteros, aceiteras, y demás, estén en condiciones para servirlo en la mesa o para cuando el cliente lo requiera. 	

	<ul style="list-style-type: none">• El personal debe disponer las tarjetas con los nombres en la zona de la mesa donde se sentará cada comensal.• El mesero ayuda a que los comensales se sientan cómodos, los acompaña a sus mesas.• El mesero muestra el menú. Realiza los pedidos y explica a los clientes si hay platos o especialidades del día que no consten en el menú.• Apunta los pedidos en una libreta y los entregan a cocina.• El mesero la sirve a los comensales.• Una vez terminada la comida, el mesero retira los platos de la mesa, sirve té y cafés, y entrega la cuenta a los clientes.• Cuando los clientes se van, el mesero prepara de nuevo las mesas. Él mismo cobra el servicio al cliente.• Cuando la recepción termina o cierra el restaurante, mesero limpia las mesas y retira los manteles sucios.• El mesero debe usar un uniforme y debe mantener una
--	--

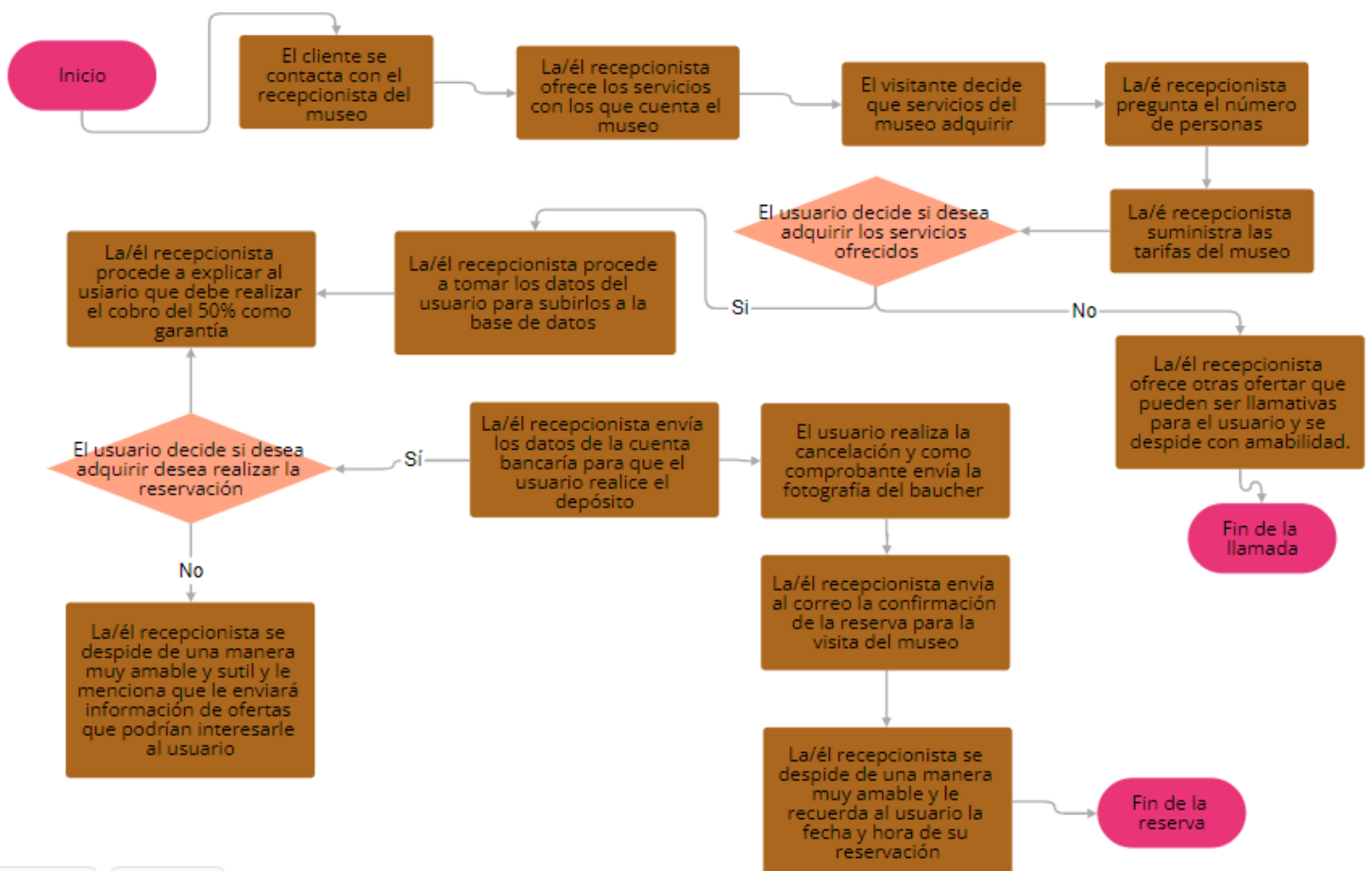
	estricta higiene personal y una apariencia agradable.
Formación	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitado en Actitud de servicio.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Orden y limpieza • Facilidad de comunicación • Toma de decisiones • Buena salud • Resistencia • Buena forma física • Habilidad manual
Experiencia laboral	Un año mínimo
Aptitudes	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para el trabajo en equipo • Disciplina • Responsabilidad • Sociabilidad • Aptitudes Comunicativas • Don de gente • Buena actitud y servicio al cliente • Brindar atención personalizada a clientes especiales. • Ser atento • Buena presentación personal • Saber controlar el estrés • Solución rápida a problemas • Ser amable pero no confianzudo

			• Orientación a las ventas
Firma	_____	Fecha	-/-/-

Fuente: Elaborado por las autoras

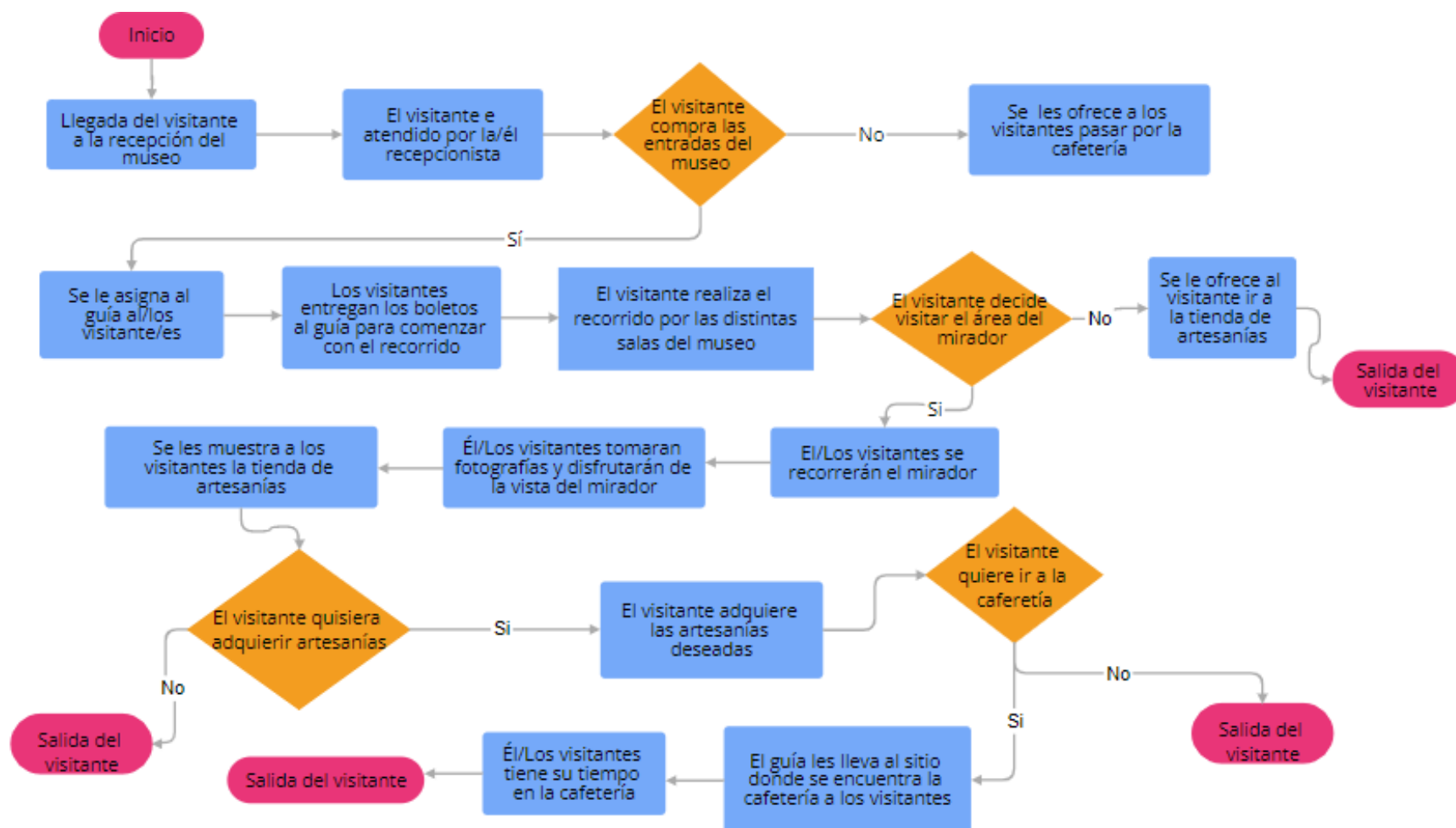
4.11.8 Flujo de actividades

Figura 44 Flujo de actividades de reservas



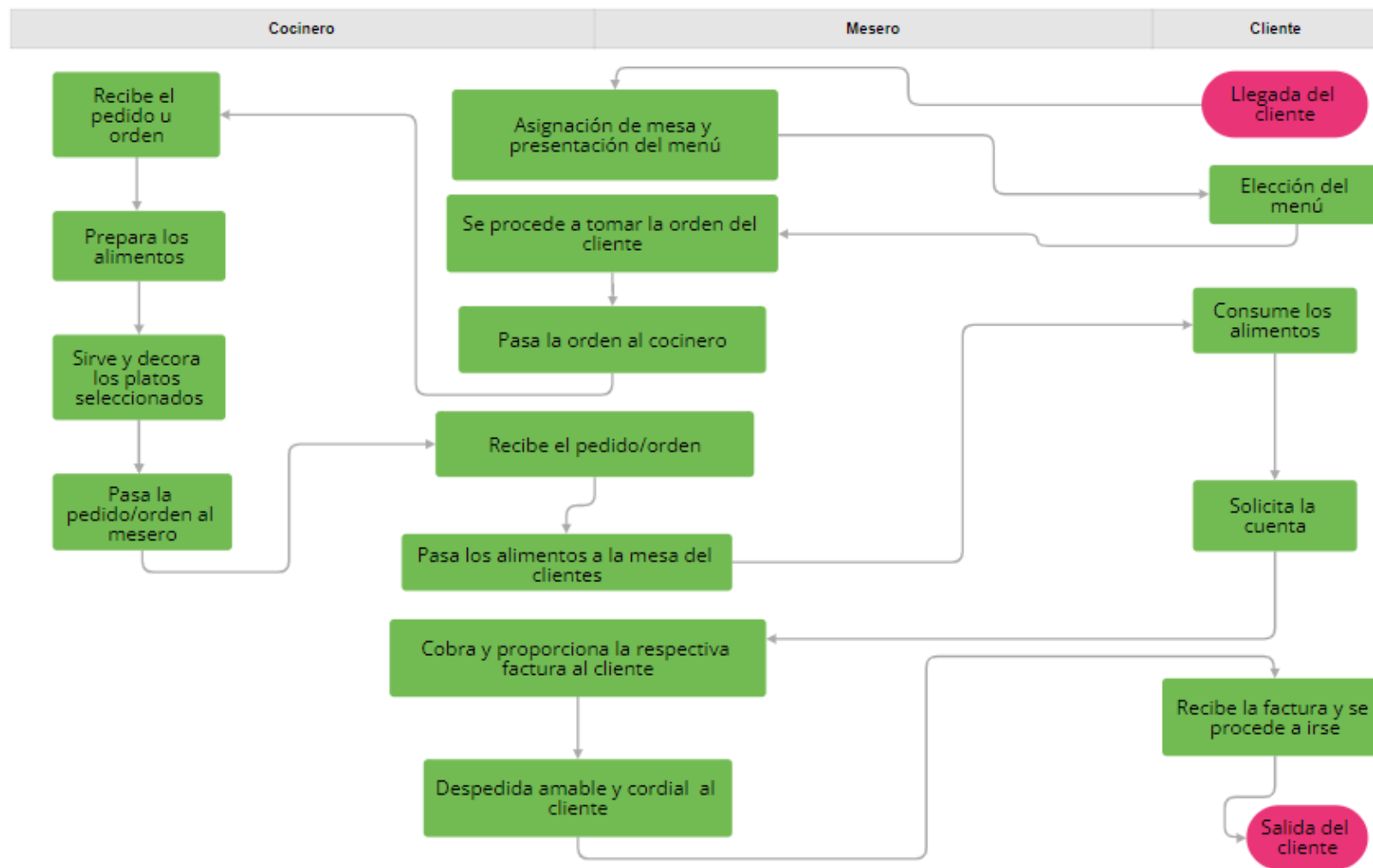
Fuente: Elaborado por las autoras

Figura 45 Flujograma Recorrido del museo



Fuente: Elaborado por las autoras

Figura 46 Flujograma de la cafetería



Fuente: Elaborado por las autoras

4.11.9 Descripción del diagrama de flujo

Reservas

- Para realizar una reserva el cliente se contacta con el museo el cual por medio de una llamada telefónica será atendido por la/el recepcionista.
- La recepcionista ofrecerá los servicios conozca el cuento del museo, el visitante análisis analizará y decidirá qué servicios desearía adquirir. la recepcionista es suministra las tarifas del museo entonces el usuario decide si desea adquirir los servicios que el museo tiene para ofrecer, si el usuario decide que no quiere adquirir los productos pues la recepcionista les ofrece a otras ofertas que pueden ser llamativas para el usuario y se despide con amabilidad y se termina la llamada.
- En caso de que el usuario decida adquirir los servicios ofrecidos la recepcionista procede a tomar los datos del usuario para subirlos a las bases de datos del museo en la parte de los visitantes, luego se procede también a explicar al usuario que se debe realizar el cobro del 50% como garantía.
- El usuario tiene la decisión de aceptar o adquirir la reservación o de no adquirirla, en caso de no hacerlo la recepcionista se despide de una manera muy amable y sutil y le menciona que enviará información de ofertas que podrían interesarle al usuario en un futuro y en caso de que el usuario aceptará el recepcionista le envía los datos de la cuenta bancaria para que el usuario realice el depósito.
- Cuando el depósito esté realizado el usuario enviará una foto del baucher como comprobante y la recepcionista enviará al usuario un correo de confirmación de la reserva la visita al museo con información de la fecha y la hora reservada y para finalizar la recepcionista se despide de una manera muy amable y le recordará al usuario la fecha y hora de su reservación concluyendo con la reserva.

Recorrido del museo

- El recorrido en el Museo inicia con la llegada del visitante a la recepción del museo, en donde el visitante está tantito por la recepcionista con un saludo amable y cordial en caso de que el visitante haya adquirido una reserva con antelación procede a cancelar el 50% restante del valor total y se hará la entrega de los boletos en ese momento.
- En caso de llegar ese día al museo el recepcionista ofrece los servicios y la tarifa de estos, en donde el visitante decide si comprar las entradas del museo o no. en caso de no adquirir las entradas del museo se le ofrece al visitante visitar la cafetería y si el visitante a qué hora las entradas del museo, se procede a asignarle al guía al visitante o a los visitantes.
- Los visitantes entregarán al guía los boletos para comenzar con el recorrido en el Museo, el visitante realizó el recorrido por las diferentes salas del museo en donde cada una comparte la historia del tren del Ecuador de una manera diferente e interactiva con los visitantes.
- Al terminar el recorrido por las salas el guía ofrece a los visitantes ir al mirador, los visitantes que no accedan ir al mirador se les ofrece pasar a la tienda de artesanías o visitar la cafetería y con ello concluir su estancia en el Museo. Por el contrario, los visitantes que accedan ir al mirador lo recorrerán y tendrán el tiempo respectivo para tomarse fotos y disfrutar del paisaje.
- Al concluir el tiempo en el mirador se les muestra a los visitantes la tienda de artesanías, en donde los visitantes deciden si desean adquirir artesanías o no. en caso de que el visitante decida no adquirirlas, el guía se despide muy amablemente y se procede a la salida de los visitantes. y si los visitantes deciden adquirir las artesanías tele está el tiempo necesario los visitantes para que las escojan.
- Al haber adquirido a las artesanías el viernes ofrece a los visitantes si desea pasar por la cafetería y consumir los alimentos y bebidas que se ofertan, Si los visitantes deciden no pasar por la cafetería el guía procede a la despedida y los lleva hasta la recepción del museo, en cambio si los visitantes deciden ir a

la cafetería el guía los lleva y los deja en las manos del mesero para que atienda a los visitantes.

- Al terminar los visitantes su consumo en la cafetería el guía es él quien despide a los visitantes y los lleva a la recepción concluyendo con el recorrido.

Cafetería

- La llegada de los visitantes a la cafetería es el punto de inicio, al entrar los visitantes a la cafetería se les asigna una mesa y se les presenta el menú.
- los visitantes eligen los productos que van a servirse y el mesero procede a tomar la orden, al tomar la orden se procede a llevarla al cocinero.
- el cocinero es el que recibe la orden, procede a preparar y servir los alimentos y bebidas. Decorándolos para tener una buena presentación a los ojos de los visitantes y pasa la orden al mesero.
- el mesero recibe la orden y pasan los alimentos a la mesa de los visitantes, en donde ellos proceden a consumir sus alimentos, el mesero debe estar atento a los requerimientos de los clientes, al finalizar de consumir los alimentos, los clientes solicitarán la cuenta y el mesero se encargará de cobrar y proporcionar la respectiva factura.
- El mesero se despide amable y cordial de los clientes y ellos al recibir su factura proceden a irse cual concluye con el servicio de la cafetería.

4.12 Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual

El presente emprendimiento de acuerdo con la ICOM (2012), en la clasificación de museos por la naturaleza de las colecciones o fondos, se clasifica como un museo histórico de época, al contar con un enfoque revalorizador de la historia del Tren del Ecuador.

Como menciona la UNESCO en el documento de Gómez (2017) un museo histórico está: “en esta categoría están comprendidos los museos, las viviendas y los monumentos históricos de los museos al aire libre que “evocan o ilustran ciertos acontecimientos de la historia nacional” (pág. 7).

El museo se establecerá como una Sociedad Anónima Simplificada (S.A.S), lo cual será una sociedad mercantil que estará formada por dos personas naturales, para promover el desarrollo económico del proyecto a realizar y para ampliar el proceso productivo y por su flexibilidad de adaptarse a las particularidades del negocio.

El museo se para su constitución legal se basa en lo que menciona el SENADI (2020) en el Artículo 13 del Reglamento de sociedades por acciones simplificadas:

USUARIO SOLICITANTE O ACCIONISTAS FUNDADORES: Se considera como usuario del sistema informático, para efectos del proceso de constitución y registro de sociedades por acciones simplificadas por vía electrónica, a las personas naturales o jurídicas interesadas en constituir una sociedad de esta especie; siendo el usuario solicitante, por sí o por medio de apoderado, el responsable de ingresar en el sistema la información veraz y necesaria para que se genere y concluya el proceso. (pág. 9)

A lo que respecta la propiedad intelectual de la marca del museo “Mi Viejo Tren”, se procederá como primer paso a realizar la inscripción en el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, como hace mención el SENADI (2021):

Las compañías sujetas al control de la Superintendencia de Compañías y Valores podrán constituirse mediante el proceso simplificado de constitución electrónica, de conformidad con la LEY DE COMPAÑÍAS Y EL REGLAMENTO PARA LA APLICACIÓN DE LOS PROCESOS SIMPLIFICADOS DE CONSTITUCIÓN ELECTRÓNICA, LA VIGILANCIA Y CONTROL POSTERIOR AL PROCESO DE CONSTITUCIÓN Y DEL REGISTRO EN EL REGISTRO DE SOCIEDADES, como norma supletoria se aplicarán las disposiciones de LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO Y MENSAJE DE DATOS. (párr. 1)

4.13 PLAN DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING

4.13.1 Nombre comercial de la empresa, los productos o servicios, logotipos, previstos o para embalajes, envoltorios, rótulos, señalizaciones.

- **Marca:** El nombre comercial de la empresa es “Mi Viejo Tren”, por tratarse de un museo sobre la importancia del tren en el Ecuador, por ese motivo las actividades que se desarrollarán serán con el fin de ampliar el conocimiento a los visitantes de una manera más divertida.
- **Tipo:** el logo del emprendimiento es de tipo imagotipo, ya que es una combinación de texto icónica, en la que el texto y los símbolos se distinguen claramente, e incluso pueden funcionar por separado.

- **Logo:**

Figura 47 Logotipo del museo



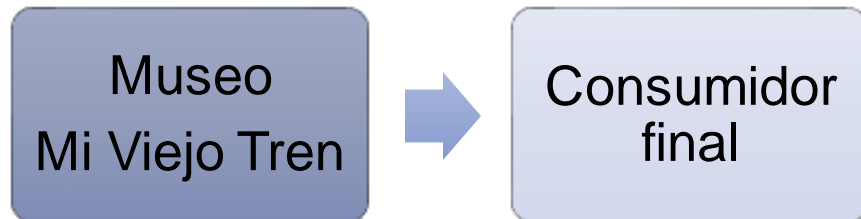
Fuente: Elaborado por las autoras

- **Imago tipo:** representa e identifica al museo, es una herramienta de apoyo para lograr llamar la atención de los visitantes a que visiten, recorran y aprehendan más sobre el papel importante que tuvo el tren en el desarrollo del Ecuador.
- **Slogan:** es un slogan o lema que resalta al imago tipo, tiene relación con el contexto del patrimonio cultural y sobre todo es fácil de recordar.
- **Colores:** a continuación, se detalla cada color utilizado en el logo:
 - **Negro:** este color es utilizado porque denota elegancia y realza al logotipo, como también le da un toque de formalidad.
 - **Blanco:** se lo uso para hacer un contraste ya que es un color que le brinda equilibrio al diseño, y da una percepción de espacio y amplitud.

4.14 Canales de distribución

Mi Viejo Tren para ofertas sus productos y servicios utilizará canales de distribución que se desarrollen según la necesidad que tenga el museo, en este caso él se utilizarán dos canales de distribución que serán: el canal de distribución de manera directa, sin tener intermediarios, sino que se llega al consumidor final y el canal de distribución indirecta corta.

Figura 48 Canal de distribución directo



Fuente: Elaborado por las autoras

Debido a que el consumidor llega al museo y su interacción con el personal es directa, en donde el guía recibe los visitantes sin necesidad de terceros participantes, como mayoristas, minoristas, fabricantes, comerciantes, etc.

4.15 Publicidad tipo: escrita, folletos, periódicos, radio, campañas de promoción, paquetes de productos en oferta, otras promociones, marketing digital.

- **Valla publicitaria**

Para la publicidad del emprendimiento se usará las vallas publicitarias que se las colocará en puntos estratégicos dentro de la ciudad de Ibarra y en la comunidad de Aloburo, para que el consumidor pueda llegar al museo de una manera sencilla.



Fuente: modelo de valla publicitaria creado por las autoras en canva.

Para la difusión de la publicidad del museo se utilizará a las plataformas digitales como medio principal utilizando al marketing digital en las siguientes aplicaciones como: Facebook, Instagram y WhatsApp como medios de difusión de la información y medios de contacto directo con los usuarios interesados, la creación de una página web en la cual contará con la información del museo y los servicios que oferta.

Figura 49 Página web



Fuente: página web creada por las autoras en wix.

Figura 50 Misión y visión



Fuente: página web creada por las autoras en wix.

Además, se buscará promocionar y vender al museo en plataformas digitales como: Go Raymi, TripAdvisor, porque estas plataformas cuentan con un alcance tanto nacional como internacional al momento de la promoción turística.

- **Tarjetas de presentación**

Las tarjetas de presentación son otro medio de publicidad en donde se incluirán los datos de contacto del museo para reservaciones o cualquier tipo de consulta de los usuarios.

Figura 51 Tarjeta de presentación



Fuente: tarjeta de presentación diseñada por las autoras en canva.

- **Flyers**

Dentro de la ciudad de Ibarra se entregará flyers con la información de acuerdo con las diferentes promociones o actividades a realizarse dentro del museo.

Figura 52 Flyer para la promoción



Fuente: flyer elaborado en canva por las autoras.

- **Posters**

En las instalaciones del museo se ubicará en puntos estratégicos unos posters en donde se dé a conocer las diferentes ofertas dentro de la cafetería como de la tienda souvenirs que son servicios complementarios del museo.

4.16 Investigación y análisis de las estrategias y métodos de mercadeo más apropiadas a utilizar.

- **Estrategia de producto y servicio:** Se contará con unas horas y días específicos donde se aplicará las famosas y conocidas promociones 2x1 donde los consumidores podrán consumir 2 productos por el precio de 1.
- **Estrategia de precio:** La estrategia de precios del negocio se enfocará en precios competitivos, lo cual se puede lograr mediante estrategias de marketing con proveedores que capten la atención de los clientes que queremos atraer. El objetivo es ingresar a un mercado que sabe diferenciar un buen lugar, y tiene una calidad que agrega valor. Según los resultados de la

encuesta, el 54% de los encuestados gasta entre \$3 y \$4 en una cafetería. Teniendo en cuenta que el precio promedio es de \$4.

- **Estrategia de promoción:** las promociones del museo se muestran a continuación:
 - Promoción 1: en la inauguración del museo se estará entregando cupones para consumo gratis dentro de la cafetería y la caminata hacia el mirador y puedan disfrutar de una bella vista.
 - Promoción 2: todo aquel que nos siga en nuestras diferentes plataformas virtuales tendrán un descuento en las tres primeras semanas de apertura del museo.

5 Capítulo VI Estudio Ambiental

5.1 Estudio ambiental

5.1.1 Descripción de las acciones/actividades del proyecto o emprendimiento

Para el proyecto se analizará la fase de construcción y fase de operación con el objetivo de poder valorar los posibles impactos ambientales, sociales y culturales al implantar un museo en la comunidad de Aloburo.

La siguiente tabla muestra las diferentes actividades dentro de las fases de construcción y operación.

Tabla 39 Etapa de construcción

Etapa de construcción			
Actividades	Impacto		Descripción
	Positivo	Negativo	
Limpieza del terreno		<ul style="list-style-type: none"> • Pérdida de la cobertura vegetal. • Esparcimiento de partículas de polvo. • Pérdida de la fertilidad del suelo. • Generación de ruidos. • Perturbación de las especies. 	Se realizará una eliminación de la vegetación existente en el terreno, así como de objetos que obstruyan la construcción.
Uso de maquinaria pesada		<ul style="list-style-type: none"> • Pérdida de la cobertura vegetal. • Esparcimiento de partículas de polvo. 	La obra requiere de maquinaria y equipos especializados en el proceso de construcción,

		<ul style="list-style-type: none"> • Pérdida de la fertilidad del suelo. • Generación de ruidos. • Perturbación de las especies. • Emisión de gases. 	como mezcladora, compactadores etc.
Construcción del museo	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de empleo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pérdida de la cobertura vegetal. • Esparcimiento de partículas de polvo. • Pérdida de la fertilidad del suelo. • Generación de ruidos. • Perturbación de las especies. • Emisión de gases. 	Durante el periodo de construcción se demandaría una serie de labores que se necesitan la contratación de personal para su realización.
Limpieza de escombros y desechos	<ul style="list-style-type: none"> • Reforma del paisaje. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pérdida de la cobertura vegetal. • Esparcimiento de partículas de polvo. 	Se realiza la limpieza de todos los escombros del área del museo.

		<ul style="list-style-type: none"> • Pérdida de la fertilidad del suelo. • Generación de ruidos. • Perturbación de las especies. • Emisión de residuos. 	
--	--	---	--

Fuente: Elaborado por las autoras

Tabla 40 Etapa de operación

Etapa de operación			
actividades	Impactos		Descripción
	Positivos	Negativos	
Recreación		<ul style="list-style-type: none"> • Perturbación de las especies • Generación de ruidos. • Generación de desechos sólidos. 	El museo ofrece diferentes áreas de recreación.
Servicio de museo	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de empleo • Incremento de la actividad económica. 		El museo ofrece diferentes salas con exhibiciones permanentes de la historia del tren del Ecuador.
Servicio de recepción	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de empleo 	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de ruidos. 	Área donde se recibe a los clientes y

		<ul style="list-style-type: none"> • Generación de residuos. 	esperan por la disponibilidad de las salas.
Servicio de parqueadero	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de empleo 	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de desechos. • Generación de ruidos. • Desgastes de las vías de acceso por tráfico vehicular. 	Se oferta servicio de parqueadero para los clientes y personal del museo.
Mantenimiento de la infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de empleo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de ruidos. • Generación de desechos. • Esparcimiento de partículas de polvo. 	Se realizan actividades de limpieza en las diferentes salas del museo, así como mantenimiento preventivo de las instalaciones
Disposición de los desechos sólidos	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción de la contaminación por desechos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de desechos. 	Se realiza la correcta disposición de los desechos sólidos.
Servicios de restauración	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de empleo • Desarrollo económico 	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de ruidos. • Generación de desechos 	En el museo se ofrece servicio de cafetería.
Servicio de tienda de souvenirs	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de empleo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de ruidos. 	En el museo se ofrece servicio

	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo económico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de desechos. 	de tienda de recuerdos.
--	---	---	-------------------------

Fuente: Elaborado por las autoras

5.1.2 Factores ambientales

Tabla 41 Factores ambientales

Biofísico	Aire
	Suelo
	Ruido
	Atmosfera
Biótico	Flora
	Fauna
Medio antrópico	Actividad económica
	Desarrollo de empleo

Fuente: Elaborado por las autoras

5.1.3 Descripción del método a aplicar

La Matriz de Leopold es una manera fácil de resumir y clasificar los impactos ambientales y centrar sus esfuerzos en aquellos que se consideran los más importantes. La ventaja de una matriz es que te alerta de todas las acciones, factores e influencias. En la medida de lo posible, las asignaciones de rango deben basarse en información fáctica. Sin embargo, la asignación de importancia puede dejar cierto margen para la opinión subjetiva de los evaluadores. Esta clara separación de hechos y opiniones es una ventaja de la matriz de Leopold.

5.1.4 Escalas o rangos de valoración ambiental para el EIA

Tabla 42 Escalas o rangos de valoración ambiental para el EIA

Criterio	Descripción	Grado	Valor
Carácter (CA)	Cuando la acción puede catalogarse como benéfico o perjudicial.	Positivo	(+)
		Negativo	(-)
Magnitud (MG)	Intensidad o grado de incidencia de una acción que	Baja	1
		Media	3
		Alta	6

	produce sobre un factor ambiental.	Muy alta	12
Cobertura (CO)	Tiene en cuenta la superficie espacial en donde se desarrolla esa acción en espacial y la influencia del efecto en el entorno del proyecto.	Puntual Parcial Local Regional	1 3 6 12
Plazo de manifestación (PM)	Hace referencia a tiempo que transcurre entre la acción y el efecto	Largo plazo Mediano plazo Inmediato Critico	1 3 6 12
Duración(DR)	Hace referencia a la escala temporal en la que actuara un efecto	Fugaz Temporal Permanente	1 6 12
Reversibilidad (RV)	Tiene en cuenta la posibilidad , dificultad, o imposibilidad de que un factor vuelva al estado inicial	Corto plazo Mediano plazo Irreversible	1 6 12
Recuperabilidad (RC)	La posibilidad de reconstrucción parcial o total el factor afectado.	Inmediato Mediano plazo Irrecuperable	1 6 12
Periodicidad(PE)	Se refiere a la manifestación de un efecto.	Irregular Periódico Continuo	1 6 12

Tendencia(TE)	Cuando el incremento es progresivo para la manifestación del efecto	Simple Acumulativo	1 8
Tipo (TI)	La relación causa efecto mediante una acción determinada	Indirecto Directo	1 8

Fuente: Elaborado por las autoras

- **Rangos de valoración**

Tabla 43 Rangos de valoración

Rango	Clase de efecto	Semaforización
0-25	Compatible	Verde
26-50	Moderado	Amarillo
51-75	Severo	Naranja
76-100	Critico	Rojo

Fuente: Elaborado por las autoras

5.1.5 Identificación del impacto

Figura 53 Matriz de evaluación de los impactos

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE IMPACTO														
MEDIO	BIOFISICO					BIOTICO			ANTROPICO/ECONOMICO					
COMPONENTES	AIRE	SUELO		RUIDO	ATMOSFERA	FLORA		FAUNA	ACTIVIDAD ECONOMICA	NIVEL DE EMPLEO	COMUNIDAD	Total positivo	Total negativo	
ACTIVIDADES / ELEMENTOS	Generación de partículas de polvo	Generación de desechos sólidos	Perdida de la fertilidad del suelo.	Generación de ruidos	Emisión de gases	Reducción de la contaminación	Perdida de la cobertura vegetal	Perturbación a las especies	Desarrollo económico	Generación de empleo	Incremento del tráfico vehicular			
FASE 1. CONSTRUCCIÓN														
1.1	Limpieza del terreno	X(-)		X(-)	X(-)			X(-)	X(-)				0	5
1.2	Uso de maquinaria	X(-)		X(-)	X(-)	X(-)		X(-)						5
1.3	Construcción del museo	X(-)		X(-)	X(-)	X(-)		X(-)		X(+)			1	6
1.4	Limpieza de escombros y desechos	X(-)		X(-)	X(-)			X(-)	X(-)					5
FASE 2. OPERACIÓN														
2.1	Recreación		X(-)		X(-)			X(-)					1	21
2.2	Servicio de museo								X(+)	X(+)			2	
2.3	Servicio de recepción				X(-)					X(+)			1	1
2.4	Servicio de parqueadero		X(-)		X(-)					X(+)	X(-)		1	3
2.5	Mantenimiento de la infraestructura	X(-)	X(-)		X(-)					X(+)			1	3
2.6	Dipsposición de los desechos sólidos		X(-)			X(+)							1	1
2.7	Servicio de alimentación		X(-)		X(-)				X(+)	X(+)			2	2
2.8	servicio de tienda de souvenirs		X(-)		X(-)				X(+)	X(+)			2	2
TOTAL												10	15	

Fuente: Elaborado por las autoras

Luego de establecer las actividades tanto en la fase de construcción como en la de operación, se detallaron los impactos ambientales, a los cuales se les califico según sean positivos o negativos.

Dando como resultado en la etapa de construcción un total de un impacto positivos y 21 impactos negativos, en lo que se refiere a la etapa de operación podemos observar que nos dio un total de 10 impactos positivos y 15 de impactos negativos.

5.1.6 Aplicación del método

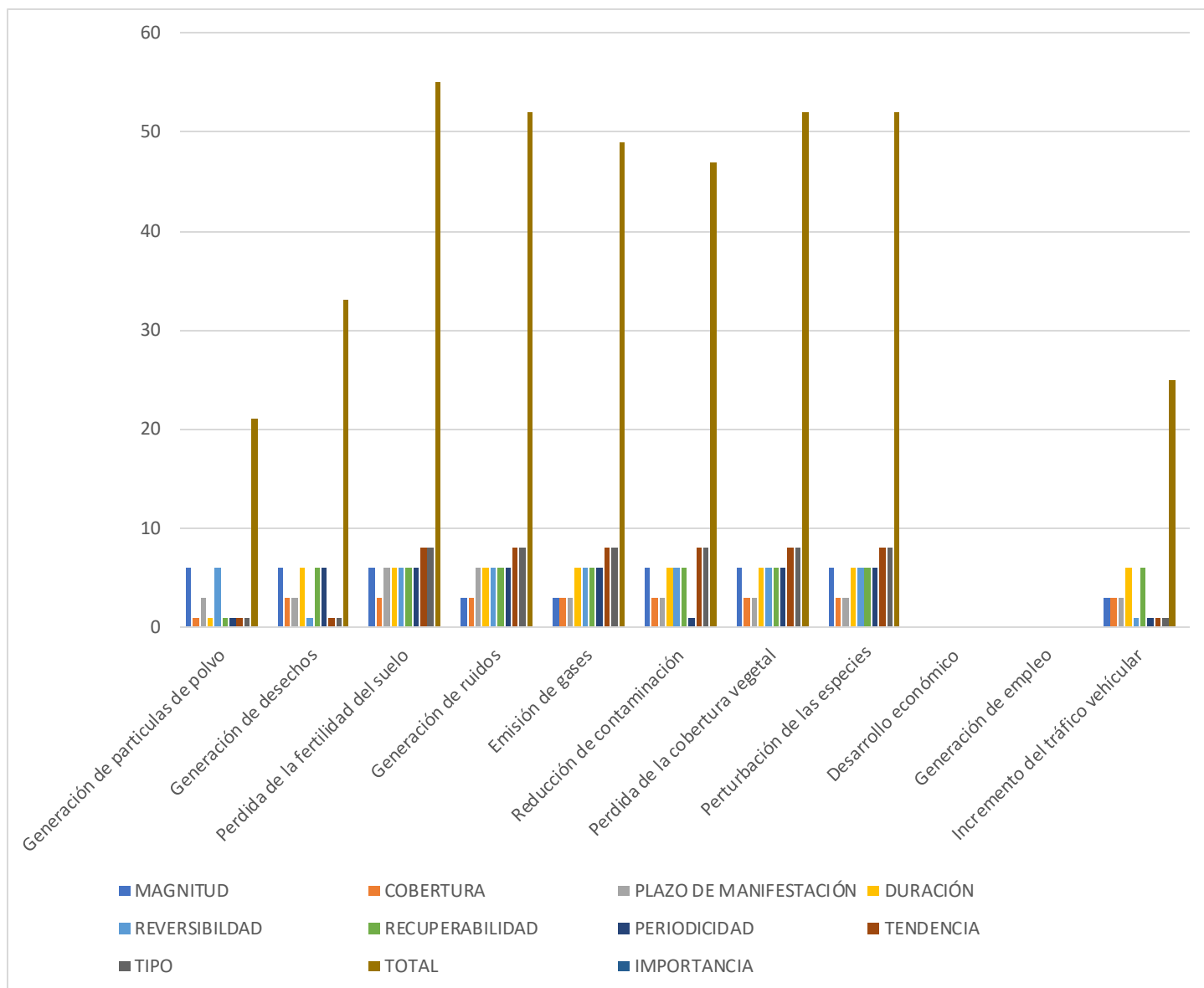
Figura 54 Criterio de Evaluación

CRITERIO DE EVALUACIÓN														
MEDIO	COMPONENTE	IMPACTOS	CARÁCTER	MAGNITUD	COBERTURA	PLAZO DE MANIFI	DURACIÓN	REVERSIBILIDAD	RECUPERABILIDAD	PERIODICIDAD	TENDENCIA	TIPO	TOTAL	IMPORTANCIA
BIOFISICO	AIRE	Generación de partículas de polvo	-		6	1	3	1	6	1	1	1	21	Compatible
	SUELO	Generación de desechos	-		6	3	3	6	1	6	6	1	33	Moderado
		Perdida de la fertilidad	-		6	3	6	6	6	6	8	8	55	Severo
	RUIDO	Generación de	-		3	3	6	6	6	6	8	8	52	Severo
	ATMOSFERA	Emisión de gases	-		3	3	3	6	6	6	8	8	49	Moderado
BIOTICO	FLORA	Reducción de contaminación	+		6	3	3	6	6	6	1	8	47	Moderado
		Perdida de la cobertura vegetal	-		6	3	3	6	6	6	8	8	52	Severo
	FAUNA	Perturbación de las especies	-		6	3	3	6	6	6	8	8	52	severo
ANTROPICO / ECONOMICO	ACTIVIDAD ECONOMICA	Desarrollo económico	+										0	
	EL DE EMPL	Generación de	+										0	
	COMUNIDAD	Incremento del tráfico	-		3	3	3	6	1	6	1	1	25	Compatible

Fuente: Elaborado por las autoras

5.1.7 Gráfico

Figura 55 Gráfica de los impactos



Fuente: Elaboración de las autoras

5.1.8 Interpretación de resultados

Con la aplicación del método de Leopold, se pudo identificar que dos impactos, uno del medio biofísico y otro del medio antropico / económico están dentro del rango de los 0-25 dando una importancia de compatible y en la semaforización de color verde.

Dentro del criterio moderado encontramos tres impactos, dos de medio biofísico y uno del medio biótico, estos impactos se encuentran dentro de la escala

de valores entre los 26 – 50, por lo que se los pinto de acuerdo a la semafrización del color amarillo.

También se tuvo como resultado cuatro impactos que se encuentran dentro del rango de los 51- 75, y se los halla dentro del medio biofisico y biotico, se los pinto de color naranja como lo marca en la semaforización.

5.1.9 Jerarquización de impactos.

Al referirse a la estratificación de los impactos, se divide en impactos positivos e impactos negativos, considerándose positivos los de importancia moderada y compatible, en cambio, aquellos entre importancia severa y crítico se clasifican como impactos negativos.

Tabla 44 Impactos positivos y negativos

Positivos	Negativos
Generación de partículas de polvo	Perdida de la fertilidad del suelo
Generación de desechos	Perdida de la cobertura vegetal
Emisión de gases	Perturbación de las especies
Reducción de contaminación	Generación de ruidos
Incremento del tráfico vehicular	

Fuente: Elaborado por las autoras

5.1.10 Plan de manejo ambiental

Un plan de manejo ambiental tiene como objetivo identificar, a través de medidas y/o estrategias, los impactos negativos que tendrá un negocio, y las medidas de mitigación son el eje principal del plan de manejo ambiental. Esto compensa el impacto La mayoría de ellos son negativos.

Tabla 45 Plan de manejo ambiental

Factor	Subfactor	Impacto	Mitigación	Presupuesto	Responsable	tiempos
Biofísico	Suelo	Perdida de la fertilidad del suelo	Crear medidas a corto plazo donde la exista la protección y cuidado del suelo.	\$2.500	Técnico ambiental.	Permanente
	Ruido	Generación de ruidos	Maquinaria adquirirá dispositivos de silenciadores en óptimo funcionamiento para minimizar la emisión de ruidos	\$2.500	Técnico ambiental. Especialista en maquinaria.	Temporal
Biótico	Flora	Perdida de la cobertura vegetal	Crear medidas a corto plazo donde la exista la protección de la cobertura vegetal.	\$2.500	Técnico ambiental.	Permanente
	Fauna	Perturbación de las especies	Crear un plan en donde exista la protección y cuidado de las especies.	\$2.500	Técnico ambiental.	Permanente

Fuente: Elaborado por las autoras

6 Capítulo V. Estudio financiero

6.1 Estado de situación inicial


Para determinar el estado inicial del emprendimiento se analizó el activo fijo y el capital de trabajo, dando como resultado la inversión total para el establecimiento la cantidad de \$219.102.

- **Balance de situación inicial**

El balance de situación inicial es el resumen de la situación financiera del emprendimiento, en el que se debe incluir las cuentas del activo total, que sería la inversión, igual al pasivo total más el capital de los accionistas, el cual ayuda a conocer la suma necesaria para solicitar un préstamo bancario.

El proyecto de museo a ejecutar tiene una inversión total de \$219.102 correspondientes a \$12.370 de capital de trabajo el cual se ve reflejado en el activo circulante, los \$219.102 son del activo fijo y los \$200 de otros activos. Este valor de inversión se pretende cubrir una parte con los bienes que forman el patrimonio por: inmuebles \$ 125.000 y un aporte en efectivo por \$ 30.000 que conjuntamente ascienden un total de \$155.000 que son correspondientes al capital patrimonial y para completar el valor requerido de la inversión se necesita recurrir a un financiamiento de \$76.672 en una entidad bancaria la cual se encargará de acuerdos convenientes para la entidad como para el proyecto.

Figura 56 Balance de situación inicial

			Museo Mi Viejo Tren		
			BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DE 2020		
ACTIVO			PASIVO		
Activo Circulante			Pasivo Circulante		
Capital de Trabajo		\$12.370	Proveedores		
BANCOS			Prestamo al Banco del Pacífico		\$76.672
			Intereses por pagar		
			ISR por pagar		
			Anticipo de clientes		
Total Activo Circulante		\$12.370,00	Total Pasivo Circulante		\$76.672
Activo Fijo			Pasivo a Largo Plazo		
Terrenos		\$125.000	Documentos por pagar a largo plazo		
Edificios/construcciones		\$47.908	Total Pasivo Circulante		\$0
Recepción - Administración		\$22.391			
Vehículos		\$10.000,00			
Maquinaria		\$13.704			
Otros		\$100,00			
Total Activo Fijo		\$219.102			
Otros activos			PATRIMONIO		
Rentas pagadas por anticipado			BIENES INMUEBLES		\$125.000
Derechos de marca de empresa		\$200	BIENES MUEBLES		\$0
Total Otros Activos		\$200	APORTE EN EFECTIVO		\$30.000
			Total Capital contable		\$155.000
SUMA DEL ACTIVO		\$231.672	SUMA DEL CAPITAL CONTABLE		\$155.000
			SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO		\$231.672
					100%

Fuente: elaborado por las autoras.

Tabla de amortización

Basado en los detalles de activos fijos y el estado de situación inicial, se toma en consideración la cantidad de \$76.672, el cual se obtendrá por medio de un crédito en el Banco del BanEcuador, con un plazo de 36 meses contando con una tasa de interés anual del 10,21%, en cambio la tasa mensual será de 0,99% y el pago que se deberá realizar será de \$2.465,36. Para ello es importante cumplir a cabalidad los tiempos de cancelación que el banco otorga y de esta forma evitar sanciones por el incumplimiento.

Tabla 46 Tabla de amortización

PLAZO	36
MONTO	\$76.672
TASA ANUAL	10,21%
TASA MENSUAL	0,99%
PAGO MENSUAL	\$2.465,36

Fuente: elaborado por las autoras.

- **Costo del capital**

Para determinar el costo de capital se considera el análisis en base a la inversión y el cálculo de los recursos propios, incluyendo la parte de financiamiento del proyecto, y se permite un porcentaje de inversión equivalente al 7,58%.

Figura 57 Costo del capital

CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL						
	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA		COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN
INVERSIÓN	\$231.672	100%		7,58%		7,58%
IMPUESTO A LA RENTA				0%		
CAPITAL PROPIO	\$155.000	67%	5,48%	3,67%		
FINANCIAMIENTO	\$76.672	33%	11,83%	3,92%		

Fuente: elaborado por las autoras.

6.2 Flujo del efectivo

Para detallar el flujo del efectivo del proyecto, se tomó en cuenta la diversificación de entrada y salida del efectivo en un determinado período, con los datos expresados dentro de la tabla se puede realizar un análisis para comprobar que el emprendimiento sea factible.

Para el cálculo del flujo del año uno, se toma la proyección de los ingresos por medio de los productos a vender cada mes, así como también los egresos que generen estas operaciones. en lo que concierne a los ingresos, se contempla que para el establecimiento del museo 10 productos que son: los recorridos guiados, recorridos auto guiados, los productos de la cafetería (bebidas frías, bebidas calientes, jugos y batidos, alimentos de sal, alimentos de dulce), productos de souvenirs, recorrido al mirador, eventos especiales (alquiler de salas del museo).

Los recorridos guiados en el mes se pueden vender hasta 750 recorridos contando con un precio de USD\$ 6 por cada visitante, en el caso de los recorridos auto guiados se pueden vender 750 recorridos, siendo el precio de USD\$ 4 por cada visitante. Al mencionar los productos a ofertar de la cafetería las bebidas frías cuentan con una previsión de venta de 600 unidades al mes con un precio de \$2,50 cada una, las bebidas calientes al igual que las bebidas frías se pretende vender 600 unidades en el mes con un valor de \$2,50 cada bebida, cabe mencionar que el precio se lo estandarizó. Los aperitivos de sal y de dulce cuentan con el mismo valor de \$2,50 los mismos que se pretende vender 300 unidades mensualmente. los productos de suvenir cuentan con un precio estándar de \$2,50 y se pretende vender 750 unidades un mes. el precio que tiene el recorrido al mirador está estipulado en los USD\$ 3 con una previsión a 750 unidades vendidas. El alquiler de las salas del museo para eventos especiales cuenta con un valor de USD\$ 200.

Figura 58 Cuantificación de flujo año 1 – Proyección de los ingresos

INGRESOS	Precio	unidad a la venta	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL ANUAL
			0,20	0,25	0,25	0,20	0,20	0,20	0,25	0,25	0,20	0,20	0,20	0,25	
Recorrido guiado	6	750	900,00	1.125,00	1.125,00	900,00	900,00	900,00	1.125,00	1.125,00	900,00	900,00	900,00	1.125,00	11.925,00
Recorrido autoguiado	4	750	600,00	750,00	750,00	600,00	600,00	600,00	750,00	750,00	600,00	600,00	600,00	750,00	7.950,00
Bebidas frías	2,5	600	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	18.000,00
Bebidas calientes	2,5	600	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	18.000,00
Jugos y batidos	2,5	600	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	18.000,00
Alimentos de sal	2,5	300	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	9.000,00
Alimentos de dulce	2,5	300	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	9.000,00
Productos de souvenirs	2,5	750	1.875,00	1.875,00	1.875,00	1.875,00	1.875,00	1.875,00	1.875,00	1.875,00	1.875,00	1.875,00	1.875,00	1.875,00	22.500,00
Recorrido al mirador	3	750	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	27.000,00
Eventos especiales Alquiler de sala	200	4	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	9.600,00
TOTAL INGRESOS			12.425,00	12.800,00	12.800,00	12.425,00	12.425,00	12.425,00	12.800,00	12.800,00	12.425,00	12.425,00	12.425,00	12.800,00	150.975,00

Fuente: elaborado por las autoras.

- **Proyección de los egresos**

Figura 59 Cuantificación de flujo año 1 – Proyección de los egresos

EGRESOS																
Costo recorrido guiado			270,00	337,50	337,50	270,00	270,00	270,00	337,50	337,50	270,00	270,00	270,00	337,50		3.577,50
costo recorrido autoguiado			180,00	225,00	225,00	180,00	180,00	180,00	225,00	225,00	180,00	180,00	180,00	225,00		2.385,00
costo bebidas frías			900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00		10.800,00
costo bebidas calientes			900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00		10.800,00
costo jugos y batidos			900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00		10.800,00
costos alimentos de sal			450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00		5.400,00
cosotos alimentos de duce			450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00		5.400,00
costos productos souvenirs			1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00		13.500,00
costos de sala de eventos			240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00		2.880,00
Sueldos			1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00		20.400,00
Aporte al IESS			189,55	189,55	189,55	189,55	189,55	189,55	189,55	189,55	189,55	189,55	189,55	189,55		2.274,60
Publicidad			1.000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		1.000,00
Permisos			400,00													400,00
Impuestos			250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00		3.000,00
Inventario			200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00		2.400,00
Servicios Básicos			135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00		1.620,00
Combustible			60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00		720,00
Suministros Varios			100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00		1.200,00
Mantenimiento			150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00		1.800,00
PAG DE PRESTAMO			2.964,75	2.964,75	2.964,75	2.964,75	2.964,75	2.964,75	2.964,75	2.964,75	2.964,75	2.964,75	2.964,75	2.964,75		35.577,04
TOTAL EGRESOS			7.149,30	5.749,30	5.749,30	5.749,30	5.749,30	5.749,30	5.749,30	5.749,30	5.749,30	5.749,30	5.749,30	5.749,30		70.391,64
FLUJO DE CAJA			5.275,70	7.050,70	7.050,70	6.675,70	6.675,70	6.675,70	7.050,70	7.050,70	6.675,70	6.675,70	6.675,70	7.050,70		
FLUJO ACUMULADO			5.275,70	12.326,39	19.377,09	26.052,79	32.728,48	39.404,18	46.454,87	53.505,57	60.181,27	66.856,96	73.532,66	80.583,36		80.583,36

Fuente: elaborado por las autoras.

6.3 Proyección de ingresos y gastos

La proyección de los ingresos como de los gastos se realiza en base a los datos totales del flujo del primer año de funcionamiento del proyecto, con eso se puede realizar una proyección a futuro en cuanto a la variación de cantidad de años que cubra el tiempo del punto de equilibrio y ver la factibilidad del emprendimiento en un plazo de cinco años.

Figura 60 Proyección de ingresos y egresos para 5 años

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ingresos	150.975,00	156.425,20	162.072,15	167.922,95	173.984,97
Egresos	70.391,64	72.932,78	75.565,66	78.293,58	81.119,98
Flujo de caja	80.583,36	83.492,41	86.506,49	89.629,37	92.865,00

Fuente: elaborado por las autoras.

Como resultado del primer año, los ingresos fueron de \$123.975,00, los gastos de \$70.391,64, donde se obtuvo un flujo fructuoso de \$53.583,36. Para la proyección para los 5 años, se determina que la tasa de crecimiento es del 4% anual, con referencia a los últimos 8 años de historia de inflación, de -0,39% por posicionamiento del producto en el mercado.

Teniendo en cuenta estos ejercicios de previsión, se muestran ingresos de \$142.869,92, gastos de \$81.119,98 y flujo de caja de \$61.749,95 durante 5 años nos da un flujo acumulado de \$287.971,37.

6.4 Cálculo del VAN y la TIR

La tasa de interés o también conocida como rentabilidad es resultado de la inversión, lo que quiere decir que este monto hace referencia al porcentaje de ganancia o pérdida que dentro de la inversión del emprendimiento.

Figura 61 Tasa interna de retorno del emprendimiento

Incrmento anual	3,61%
Costo de capital	7,58%
Inversión	231.672,09
VAN	116.200,13
TIR	24,52%

Fuente: elaborado por las autoras.

Con base en un pronóstico de 10 años para el emprendimiento con un costo de capital de 7,58% y una inversión de \$231.672, llegamos a un VAN de \$191299,84 y una TIR de 22,35%, ambos positivos por lo que indican que el proyecto es factible.

Hay que tener en cuenta que el VAN siempre debe tener un valor mayor a cero, para que permita que el emprendimiento sea factible, como se muestra en la tabla anterior con una proyección a diez años.

6.5 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es considerado cuando el emprendimiento alcanza el volumen de ventas necesario para cubrir todos los gastos en los que ha incurrido, se considera que se produce en un plazo determinado, en función del precio y del volumen de ventas generado por el negocio.

Figura 62 Punto de equilibrio

	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4	Producto 5	Producto 6	Producto 7	Producto 8	Producto 9	Producto 10
UNIDADES VENDIDAS EN EL PERÍODO	7.950	7.950	28.800	28.800	28.800	14.400	14.400	36.000	36.000	192
TOTAL UNIDADES		203.292								
% PARTICIPACIÓN/PRODUCTO VENDIDO	3,91%	3,91%	14,17%	14,17%	14,17%	7,08%	7,08%	17,71%	17,71%	0,09%
PRECIO VENTA UNITARIO	\$6,0	\$4,0	\$2,5	\$2,5	\$2,5	\$2,5	\$2,5	\$2,5	\$3,0	\$200
COSTO VENTA UNITARIO	\$3,60	\$3,60	\$0,99	\$0,99	\$0,99	\$1,99	\$1,99	\$0,79	\$0,79	\$148,94
PRECIO PROMEDIO PONDERADO		\$2,97								
COSTO PROMEDIO PONDERADO		\$1,41								
COSTO FIJO DEL PERÍODO		\$139.258								
INVERSIÓN		\$231.672								
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$2,40	\$0,40	\$1,51	\$1,51	\$1,51	\$0,51	\$0,51	\$1,71	\$2,21	\$51,06
MARGEN CONTRIBUCIÓN PONDERADO		\$1,56								
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		237.183								
PUNTO EQUILIBRIO POR INGRESOS		\$704.578								
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / UNIDADES	9.275	9.275	33.601	33.601	33.601	16.801	16.801	42.002	42.002	224
PUNTO EQUILIB PRODUCTO / DOLARES	\$55.652	\$37.101	\$84.003	\$84.003	\$84.003	\$42.002	\$42.002	\$105.004	\$126.005	\$44.802

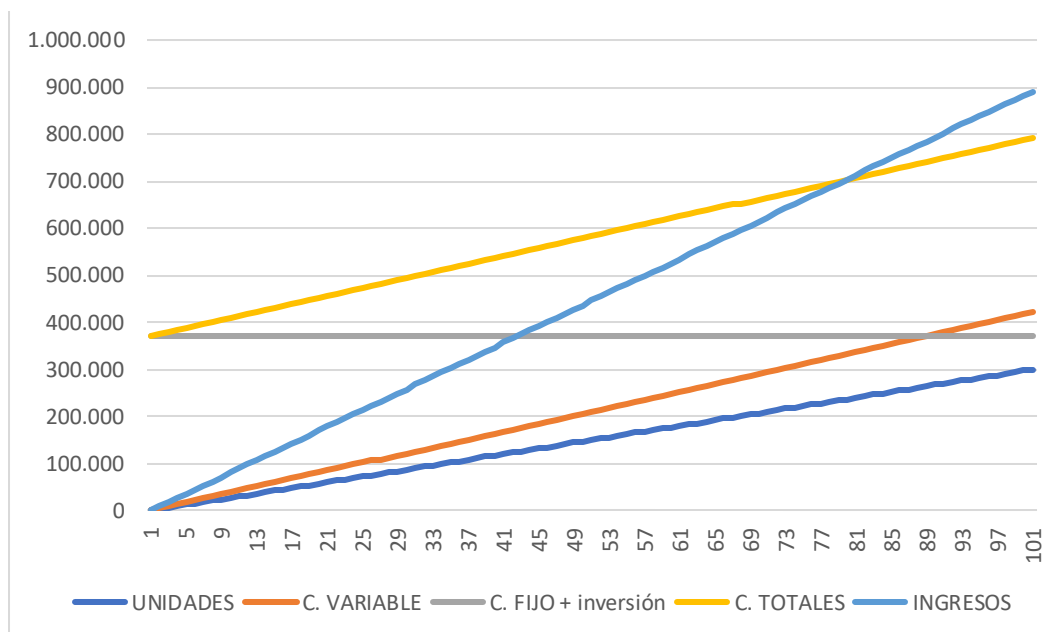
Fuente: elaborado por las autoras.

El ejercicio de pronóstico muestra que con ventas de **237.183** unidades alcanzando el punto de equilibrio, en términos de dólares, las ventas totales deberían ser **\$704.578**, con ventas de 10 productos alcanzando los siguientes compromisos en el cuarto año: Producto 1: **3,91%**, producto 2: **3,91%**, Producto 3: **14,17%**, Producto 4: **14,17%**, Producto 5: **14,17%**%, Producto 6: **7.08%**, Producto 8: **17,71%**, producto 9: **17,71%** y el producto 10: **0,09%** El precio promedio ponderado es de **\$2,97**, el costo promedio ponderado es de **\$1,41** y el margen de contribución ponderado es de **\$1,56**.

Con la proyección realizada nos permite se observar que el emprendimiento llegará al punto de equilibrio en el año 4 y de esa manera alcanza una rentabilidad positiva para una proyección de 10 años.

- **Gráfico del punto de equilibrio**

Figura 63 Gráfico del Punto de equilibrio



Fuente: elaborado por las autoras.

En el gráfico se puede observar que existe un cruce entre los ingresos y costos donde indica el punto de equilibrio del emprendimiento con un valor de \$700.009,78, donde tenemos un total de costos variables de \$329.160,29 y un valor total en costos fijos de \$370.930,49.

Conclusiones

En el presente trabajo de grado se determinó la factibilidad de la implementación de un museo con enfoque revalorizador del Tren del Ecuador, en la Comunidad Aloburo Ibarra-Ecuador como una posibilidad de emprendimiento que favorezca el desarrollo económico por medio de este emprendimiento turístico.

Por medio de un diagnóstico de la situación inicial se pudo determinar que el espacio cuenta con las condiciones óptimas para la implementación del proyecto contando con el espacio de una propiedad propia de 2 hectáreas de las cuales se utilizará 1,5 hectáreas para el museo y sus plantas. Mencionando también los aspectos sociales de la población de Aloburo, cuenta con una fuente económica de ingresos de actividades de agricultura y ganadería y dispone de servicios básicos que son accesibles como: energía eléctrica, agua potable, red de alcantarillado, telefonía móvil, conexión a internet, como menciona el expresidente del barrio Wilo Martínez (2008), convirtiéndola en una zona que permita el desarrollo idóneo del presente emprendimiento. Además, señala que la población del barrio es étnica y está compuesta por el pueblo mestizo – indígena, dando una población de 300 habitantes, y está sentado en una planicie semi – plana. Aloburo se encuentra a 13 km de la ciudad de Ibarra y sus vías de acceso son aptas para el ingreso de vehículos de servicios públicos y privados, facilitando el acceso al emprendimiento.

En cuanto al mercado consumidor el segmento identificado son hombres y mujeres que pueden ser jóvenes o adultos cuyas edades están comprendidas entre los 19 hasta los 40 años, que proceden en su mayoría de la provincia de Imbabura y de la provincia de Pichincha, los ingresos que perciben oscilan entre los \$301 a 500\$. La preferencia de visita a los establecimientos museísticos la suelen realizar en compañía de la familia y amigos, la frecuencia en la visita de los museos es frecuente y están dispuestos a pagar \$3 por la entrada al establecimiento. Los servicios complementarios son la tienda de souvenirs, la cafetería y el mirador a los cuales se podrán acceder con un costo adicional del de la entrada.

Mediante el estudio técnico – administrativo se identificaron los productos y servicios que se ofertaran en el establecimiento como: recorridos guiados, recorridos auto-guiados, productos de la cafetería (bebidas frías y calientes y

alimentos para acompañarlas), recorridos al mirador y al alquiler de las salas del museo para eventos especiales. Adicionalmente se elaboró el diseño planimétrico donde se puede evidenciar el espacio dispuesto del terreno que es de 10000m² para el diseño del museo cuya ambientación se tomará como base la configuración del tren de vapor, se establece que tendrá una distribución de diferentes espacios que son: recepción - administración, cocina, café-restaurant, mirador, bodega, sala uno simulación, sala dos cine, sala tres galería, sala cuatro desafía tu conocimiento, sala cinco vagón presidencial, tienda de artesanías, servicios higiénicos y el parqueadero. También se identificaron los requisitos con los que el personal de trabajo deberá contar para el funcionamiento adecuado del establecimiento.

Las estrategias de comercialización y marketing se disponen a la creación de perfiles en las redes sociales de Facebook, Instagram y WhatsApp para compartir contenido informativo de las actividades del establecimiento, así como también la creación una página web, para promocionar el emprendimiento, así mismo se utilizarán canales de comunicación indirectos que serán mediadores como: Go Raymi y TripAdvisor porque estas plataformas cuentan con un alcance tanto nacional como internacional al momento de la promoción turística. Las tarjetas de presentación en donde se incluirán los datos de contacto del museo para reservaciones o cualquier tipo de consulta de los usuarios, para generar una comunicación confiable con los consumidores.

Para evaluar el impacto ambiental del proyecto se aplicó el método de Leopold, en donde se le dividió en dos etapas la de construcción y operación, dando como resultado en la primera etapa un total de 1 positivo y 21 negativos y en la etapa de operación nos dio un total de 10 positivos y 15 negativos en lo que se refiere a impactos, luego de aplicar el método y evaluar a cada impacto de acuerdo a la escala de valoración nos dio como resultado como positivos en una escala de compatible a moderado los siguientes impactos: generación de partículas de polvo, generación de desechos, emisión de gases, reducción de contaminación y por último el incremento del tráfico vehicular, por otro lado, los impactos negativos en la escala de severo a crítico son pérdida de la fertilidad del suelo, pérdida de la cobertura vegetal, perturbación de las especies y la generación de ruidos.

Se consiguió contrastar la viabilidad y factibilidad del emprendimiento por medio del estudio económico – financiero encontrando al proyecto como rentable y viable económicamente, contando con una inversión total por la cantidad de \$219.102 y un aporte en efectivo por \$ 30.000, es necesario recurrir al financiamiento del Baco del Austro por un monto de \$76.672 con un plazo de 30 meses contando con una tasa de interés anual del 11,83% con un porcentaje de inversión equivalente al 7,58%. Para la proyección a los 5 años, se determina que la tasa de crecimiento es del 4% anual. Mencionando que el punto de equilibrio se alcanza al cuarto año con la venta de 237.183 unidades que reflejarán la cantidad de \$704.578, con una tasa interna de retorno de 22,35% y una recuperación de la inversión en cinco años. Por consiguiente, el proyecto justifica su rentabilidad y factibilidad.

Recomendaciones

Realizar una inspección de campo del área donde se construirá el museo para identificar los elementos necesarios que serán útiles para la investigación, con un estudio minucioso del diagnóstico para encontrar si existe o no factibilidad para el emprendimiento.

Se deben realizar más estudios de perfiles de viajeros para identificar el segmento de mercado y su comportamiento frente a los emprendimientos similares para ampliar la información del producto que se muestra en el Museo del Tren Ecuatoriano y crear actividades recreativas y culturales para las personas que vienen de visita.

Es importante crear un plan de marketing y desarrollar promociones incentivas para los clientes y de esta manera fidelizar a los visitantes del museo siendo que la mayoría de los turistas optan por viajar al museo en horario con amigos o familiares.

Buscar la formación periódica del personal del museo teniendo en cuenta la salud del público que nos visita, para brindar una experiencia de calidad a los visitantes por medio de un personal capacitado.

Realizar un estudio financiero completo para calcular el costo aproximado y el porcentaje del proyecto buscando con ello la factibilidad del proyecto, así mismo encontrar una entidad bancaria con tasas de intereses menores al 16% buscando la rentabilidad del proyecto para administrar mejor los números y ver si tiene éxito.

Crear alianzas con agencias de viajes como operadores y agentes de viajes que ayuden a promover el emprendimiento buscando tener un mayor alcance en los turistas potenciales y de esa manera ir concretando el posicionamiento de la empresa y ganando espacio en el mercado.

Desarrollar un plan detallado de manejo ambiental para controlar y prevenir la mayoría de los posibles impactos negativos de la implementación del proyecto, siempre buscando planes de mitigación accesibles para mantener la armonía con el medio ambiente.

7 Referencias bibliográficas

- Abués E., N. C. (2014). *Los museos como espacios sociales de educación*. España: Estudios sobre educación, 27. Obtenido de <https://www.unav.edu/publicaciones/revistas/index.php/estudios...educacion/..> /48
- Albelo, J. (2015). *CROMO CULTURA*. (J. Albelo, Editor)
- Andrade, A. R. (s/f). *¿POR QUÉ VISITAR UN MUSEO DE ARTE?* Recuperado el 3 de junio de 2021, de <http://nuevamuseologia.net/wp-content/uploads/2015/12/visitarmuseos.pdf>
- Bravo, M. (s/f). *Historia del Ferrocarril Ecuatoriano*. Obtenido de SCRIBD: <https://es.scribd.com/document/142925580/Historia-del-ferrocarril-ecuatoriano-docx>
- Cajal, A. (26 de agosto de 2018). *¿Qué es el patrimonio cultural tangible?* Obtenido de lideder : <https://www.lifeder.com/patrimonio-cultural-tangible/>
- Cajal, A. (2020). *Investigación de Campo: Características, Tipos, Técnicas y Etapas*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-de-campo/>
- Castro, B. (2006). *El ferrocarril ecuatoriano. Historia de la unidad de un pueblo*. . Quito : Banco Central.
- Cebreros, M. d. (2004). *Museos de arte. presente y sociedad*. Recuperado el 3 de junio de 2021, de Academia: https://www.academia.edu/12823734/Museos_de_arte_presente_y_sociedad
- Cevallos, R., Posso, M., Naranjo, M., Bedón, I., & Soria, R. (2017). *La Cosmovisión Andina de Cotacachi*. Ibarra, Imbabura, Ecuador: UTN.
- COMISION DE LEGISLACION Y CODIFICACION. (2004). LEY DE PATRIMONIO CULTURAL. (C. D. CODIFICACION, Ed.) Quito, Pichincha, Ecuador: LEXIS.
- Constituyente, A. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. (A. Constituyente, Ed.) Quito, Imbabura, Ecuador: LEXUS.
- Durán, G., & Calderón, E. (Noviembre de 2010). Creación de un ciberespacio cultural de gestión, promoción y difusión para las artes y oficios en Colombia. *Creación*

de un ciberespacio cultural de gestión, promoción y difusión para las artes y oficios en Colombia. Bogotá, Colombia. Recuperado el 30 de Mayo de 2021, de

<https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/2428/AlfonsoDuran-Gloria-2011.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

El Comercio. (2018). El reconocimiento de la UNESCO, la meta de la provincia de Imbabura. (E. Comercio, Ed.)

Espinoza, E. (Noviembre de 2016). *Universo, Muestra y Muestreo*. Recuperado el 21 de junio de 2021, de UIC: <http://www.bvs.hn/Honduras/UICFCM/SaludMental/UNIVERSO.MUESTRA.Y.MUESTREO.pdf>

Europa Espacio Visual. (12 de Junio de 2020). *EVE*. (E. E. Visual, Editor) Recuperado el Mayo de 2020, de <https://evemuseografia.com/2015/11/30/breve-historia-de-los-museos/>

EVE. (23 de Febreo de 2018). *Espacio Visual Europa*. Recuperado el 30 de Mayo de 2021, de <https://evemuseografia.com/2014/03/24/museos-de-ciencias/>

Fahrenheit Magazine. (24 de Octubre de 2013). *FAHRENHEIT Magazine*. Recuperado el 25 de Mayo de 2021, de <https://fahrenheitmagazine.com/arte/el-origen-de-los-museos-una-historia-intima-del-coleccionismo>

Gomez, S. (2012). *Metodología de la Investigación* (Primera ed.). Estado de México: Red Tercer Milenio. Recuperado el 16 de 05 de 2021, de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/Axiologicas/Metodologia_de_la_investigacion.pdf

Hernández, S. (2012). La evolución de los museos y su adaptación. N° 8, 7. Recuperado el 2020, de http://www.lacult.unesco.org/docc/evolucion_museos.pdf

ICOM. (2007). Definición de museo. Viena, Australia. Recuperado el 17 de Mayo de 2021, de ICOM: <https://icom.museum/es/recursos/normas-y-directrices/definicion-del-museo/>

- JAPAN RAIL PASS. (16 de Abril de 2018). *JAPAN RAIL PASS*. Recuperado el 26 de Mayo de 2021, de <https://www.jrailpass.com/blog/es/historia-del-tren-ba-la-japones>
- Marino, A. (31 de Diciembre de 2018). *Historiando*. (M. Alejo, Editor) Recuperado el 17 de Mayo de 2021, de <https://www.historiando.org/ferrocarril/>
- Marroquín, R. (2012). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. Obtenido de UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN ENRIQUE GUZMÁN Y VALLE: http://www.une.edu.pe/Sesion04-Metodologia_de_la_investigacion.pdf
- Mendoza, D. (2017). *Entorno Turístico*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/los-museos-turismo/>
- Mendoza, J., & Sillo, S. (2009). *DOCPLAYER*. Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/xmlui/bitstream/handle/123456789/13157/T%20-%202009.PDF?sequence=1&isAllowed=y>
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2016). *LEY ORGANICA DE CULTURA*. Quito, Pichincha, Ecuador: LEXIS FINDER.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2017). *REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGANICA DE CULTURA*. Quito, Pichincha, Ecuador: LEXIS FINDER.
- Ministerio de turismo. (2011). *REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURISTICAS*. Quito, Pichincha, Ecuador: LEXIS.
- Ministerio de turismo. (2014). *LEY DE TURISMO*. Quito, Pichincha, Ecuador: LEXIS.
- Ministerio de turismo. (2015). *REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO*. Quito, Pichincha, Ecuador: LEXIS.
- MINTUR. (3 de junio de 2013). *El Tren de la Libertad: Un Futuro para el norte del Ecuador*. Obtenido de Ministerio del Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/el-tren-de-la-libertad-un-futuro-turistico-para-el-norte-del-ecuador/#:~:text=La%20creaci%C3%B3n%20de%20las%20rutas,desarrollo%20de%20la%20econom%C3%ADa%20local.&text=Parte%20de%20la%20historia%20f%C3%A9rrea,%20Dlbarra%2C%20inaug>

- MINTUR. (2019). *Turismo aportó con más de 2.300 millones a la economía ecuatoriana en 2018*. Ministerio de Turismo, Quito.
- MINTUR. (Abril de 2020). Servicio Turístico. Quito, Pichincha , Ecuador. Recuperado el 05 de Mayo de 2021, de Mintur,2020/30-05-2021, <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras>
- Pérez Mateo, S. (2010). *LAS CASAS MUSEO COMO SALVAGUARDA DEL PATRIMONIO INMATERIAL: EL MOBILIARIO COMO EXPONENTE DE UNA CULTURA YA DESAPARECIDA*. Recuperado el 3 de junio de 2021, de <https://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/10378.pdf>
- Pérez, B. L. (2013). El papel de los museos de ciencia y tecnología en los estudios demoscópicos de percepción social de la ciencia: El caso de España. (U. d. Andalucía, Ed.) *Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación*(N° 7), 7. doi:<http://dx.doi.org/10.15213/redes.n7.p>
- Petrus, M. (Septiembre de 20219). *Curiosfera*. (Curiosfera, Editor) Recuperado el 17 de Mayo de 2021, de <https://curiosfera-historia.com/historia-del-tren/>
- Salgado, C. (2015). *Memoria de la Hermandad de Ferroviarios Jubilados sobre sus luchas políticas y sindicales sobre el Ferrocarril Ecuatoriano* . Obtenido de Universidad Andina Simón Bolívar: <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4647/1/T1704-MC-Salgado-Memoria.pdf>
- San Miguel de Ibarra GAD. (2020). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del GAD de San Miguel de Ibarra. Ibarra, Imbabura, Ecuador.
- San Miguel de Ibarra GAD. (2020). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del GAD de San Miguel de Ibarra. Ibarra, Imbabura, Ecuador. Recuperado el 19 de Julio de 2021, de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDOT/ZONA1/NIVEL_DEL_PDOT_CANTONAL/IMBABURA/IBARRA/INFORMACION_GAD/01%20CANTON%20IBARRA_PDOT/1%20Plan%20de%20Desarrollo%20y%20Ordenamiento%20Territorial%20de%20Cant%20C3%B3n%20Ibarra/PARTE%201%20-%20PLAN%20IBARRA%202031.p

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2017-2021. Quito, Pichincha, Ecuador.

Sergio. (14 de mayo de 2015). *Turismo Cultural*. Obtenido de Gobierno de México : <http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/>

Sur, R. c. (2007). *Corporación Andina de Fomento*. Corporación Andina de Fomento .

Tapia, A. (2017). Factores para la creación de un museo temático cultural del carnaval de la ciudad de Cajamarca. Trujillo, Cajamarca, Perú: Universidad Privada del Norte. Recuperado el 17 de Mayo de 2021, de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/11426/Tapia%20Abanto%20Aida%20Sandra.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

Terry, J. R. (20 de mayo de 2019). *Cultura y patrimonio: pilares del turismo cultural*. Obtenido de Terry consultores: <https://www.terryconsultores.com/2019/05/20/cultura-patrimonio-y-turismo-cultural/#:~:text=Las%20definiciones%20analizadas%20revelan%20que,el%20patrimonio%20es%20tambi%C3%A9n%20territorial.>

Torres, M. (7 de octubre de 2019). En defensa del método histórico-lógico desde la Lógica como ciencia. *Revista Cubana de Educación Superior*, 15. Recuperado el 16 de mayo de 2021, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0257-43142020000200016

UNESCO. (s.f.). *Museo Historico*. Obtenido de Unesco : <https://es.unesco.org/>

Vascones. (22 de febrero de 2010). *Historia del Ferrocarril Ecuatoriano*. Obtenido de issuu: <https://issuu.com/latindesign/docs/ferrocarriles-cambios>

8 Anexos

8.1. certificado del URKUND



Document Information

Analyzed document	TRAB GRADO Cevallos Evelyn y Quishpe Aynne..docx (D131054337)
Submitted	2022-03-21T17:51:00.0000000
Submitted by	ECHEVERRIA CACHIPUENDO GALO OSWALDO
Submitter email	gocheverria@utn.edu.ec
Similarity	0%
Analysis address	gocheverria.utn@analysis.arkund.com

Sources included in the report

8.1 Anexo A Ficha de diagnóstico para emprendimiento



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE TURISMO

FICHA DE DIAGNÓSTICO PARA EMPRENDIMIENTO

BREVE DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO DONDE SE UBICARÁ EL EMPRENDIMIENTO

En los alrededores de la ciudad de Ibarra se encuentra Aloburo, que está ubicado al nororiente de la ciudad, está a 13 km del centro de la ciudad de Ibarra; el mismo que se encuentra frente a la majestuosa Laguna de Yahuarcocha; su población étnica está compuesta por el pueblo mestizo – indígena, dando una población de 300 habitantes, y está sentado en una planicie semi – plana. Aloburo por su ubicación geográfica, su carretera, es un sitio privilegiado para observar el paisaje imbabureño, por eso es considerado como un balcón imbabureño.

DATOS RELEVANTES

LUGAR DONDE SE INSTALARÁ EL NEGOCIO	POBLACIÓN	MUJERES	%	HOMBRES	%	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA)	NIVEL DE EDUCACIÓN MAYORITARIO
Aloburo						Agricultura y albañilería	El nivel de educación es primaria en un 80%.

COBERTURA DE SERVICIOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS (%)

ENERGÍA ELÉCTRICA	AGUA POTABLE	RED DE ALCANTARILLADO	RECOLECCIÓN DE DESECHOS	TELEFONÍA FIJA	TELEFONÍA PÚBLICA	TELEFONÍA MÓVIL	CONEXIÓN A INTERNET	OBSERVACIONES

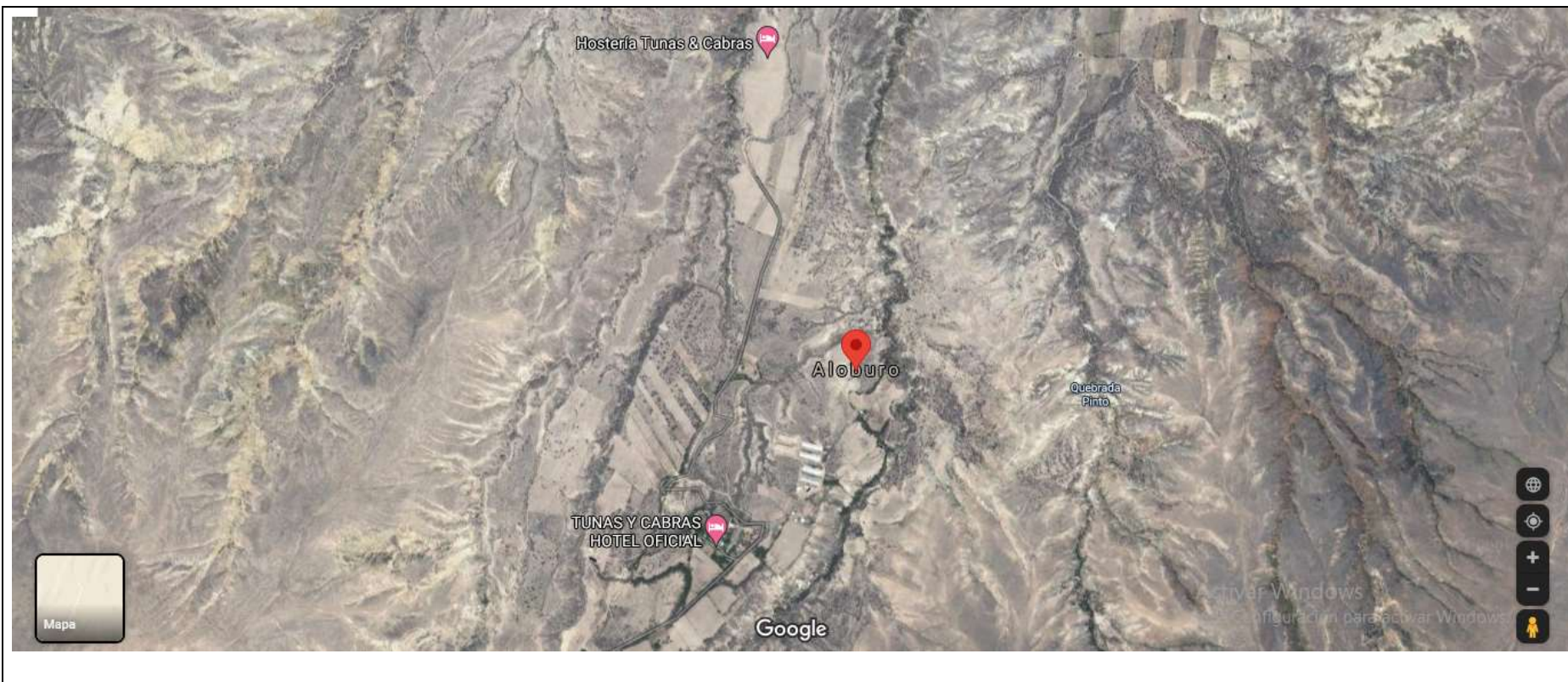
100%	100%	100%	100%	40%	90%	100%	70%	En lo que es conexión a telefonía móvil, es inestable su cobertura, lo mismo con respecto a la conexión a internet.
INFRAESTRUCTURA, EQUIPAMIENTOS GENERALES Y SEGURIDAD (#)								
TRANSPORTE PÚBLICO		OFICINAS BANCARIAS		HOSPITALES/CENTROS DE SALUD	OFICINAS PÚBLICAS DE APOYO EMPRESARIAL		POLICÍA	
Existen dos cooperativas.		No cuenta con oficinas bancarias.		Centro de salud Priorato	No cuenta con oficinas públicas.		UPC Priorato	
COOPERATIVAS DE TAXIS				PARQUEADEROS	MERCADOS Y/O TIENDAS			
Cooperativa de Taxis "Taxpiman S.A."				No cuenta con parqueaderos.	Dos tiendas de barrio.			
PROXIMIDAD A OTROS CENTROS URBANOS								
LOCALIDAD			DISTANCIA	TIEMPO	MEDIOS DE TRANSPORTE		TIPO DE VÍA	
Centro de la ciudad de Ibarra			12km	20 minutos	Transporte urbano Taxis		Cuenta con una vía de primer y segundo orden.	
POTENCIALIDADES TURÍSTICAS CERCANAS QUE FAVORECEN AL EMPRENDIMIENTO								
NATURALES					CULTURALES			
NOMBRE DEL SITIO		CARACTERÍSTICAS FAVORABLES			NOMBRE DEL SITIO		CARACTERÍSTICAS FAVORABLES	
Laguna de Yahuarcocha								

		Una vista privilegiada a la laguna, que favorece para dar a conocer la historia que guarda en sus aguas.			
	Laguna de Tunascunga	Apta para realizar un senderismo o cabalgatas con los turistas.			
	Mirador del Pinshar	Idónea para realizar una caminata			
COMPETENCIA					
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	CARACTERÍSTICAS			OBSERVACIONES	
	UBICACIÓN	SERVICIO/PRODUCTO QUE BRINDA	POSIBLE SEGMENTO DE MERCADO QUE CUBRE	CAPACIDAD DE SERVICIO	
Hostería "Hacienda Piman"	Piman a 5km	Alojamiento y recreación	Personas económicamente activas.	50	Es de importancia recalcar que estas hosterías están enfocadas a un turismo recreacional, grupal, familiar, de parejas y amigos.
Hostería "Tunas y Cabras"	Piman a 11km	Alojamiento y recreación	Personas económicamente activas.	50	

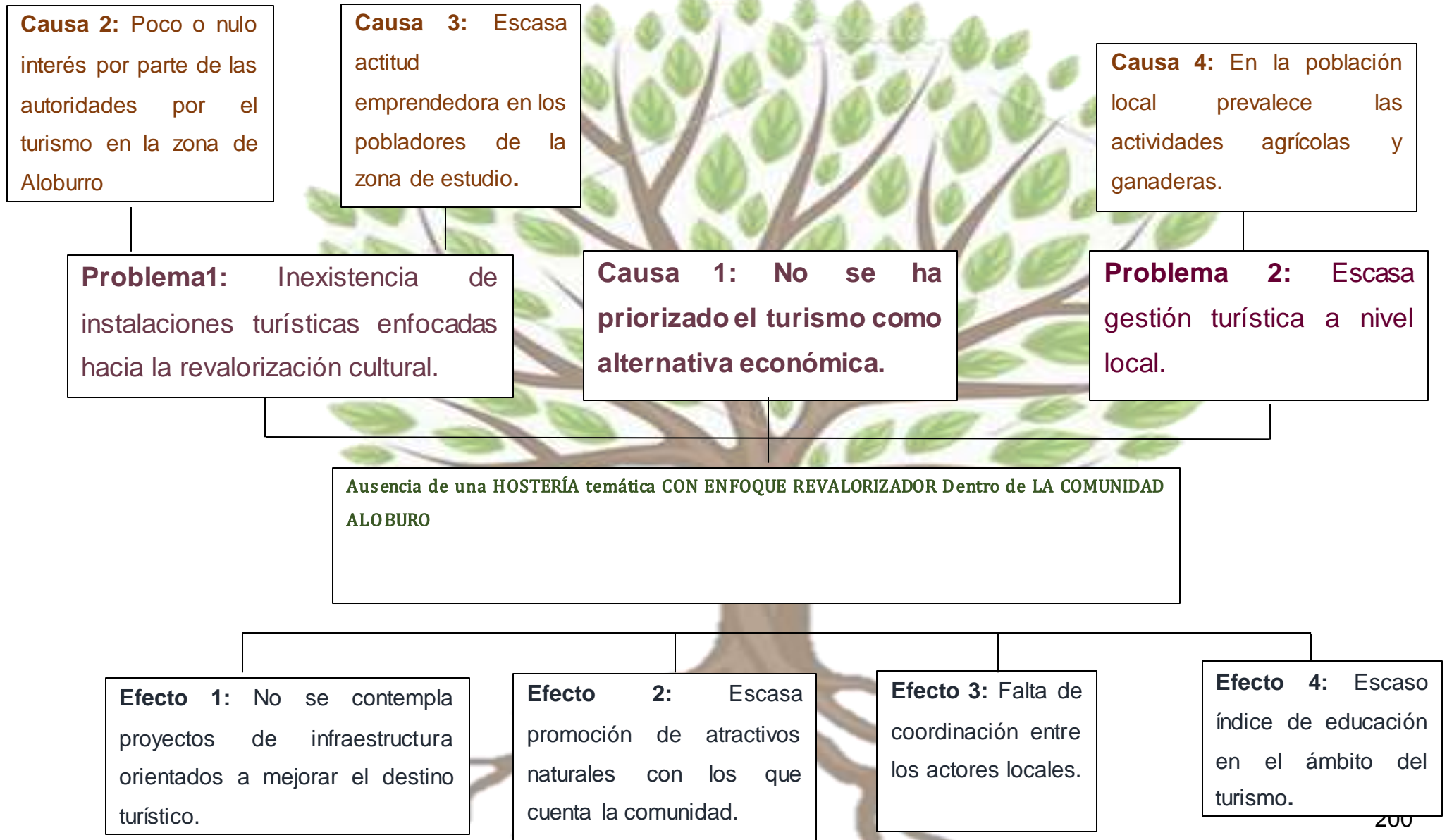
FACILIDADES TURÍSTICAS DE ACCESO AL EMPRENDIMIENTO					
19.1 TIPO	SI/NO	DETALLE DE LA INFORMACIÓN	ESTADO	OBSERVACIONES	
SEÑALIZACIÓN	SI	Cuenta con señalización la cual está en buen estado y permite a las personas saber en qué lugar se encuentran o cuales son los lugares más cercanos	Conservado	La señalización es de mucha utilidad ya que permite a los visitantes poder reconocer y conocer ciertos lugares aledaños a la zona	
SEÑALÉTICA	NO				
UBICACIÓN EN MAPAS DIGITALES	SI	La ubicación de Aloburo si se encuentra en los mapas digitales, donde su búsqueda es rápida.	Actualizado		
MODALIDADES DE TURISMO QUE SE PRACTICAN					
TIPO	SI/NO	TEMPORALIDAD	LUGAR (ES) DONDE DE EJECUTA LA ACTIVIDAD	MODALIDAD A LA QUE CONTRIBUYE EL EMPRENDIMIENTO	
ECOTURISMO	SI	Todo el año	Comunidad de Aloburo	Las modalidades turísticas que contribuye el emprendimiento son comunitarias, ecoturismo y turismo de naturaleza.	
TUR. DE NATURALEZA	SI	Todo el año	Comunidad de Aloburo		

TURISMO COMUNITARIO	SI	Todo el año	Comunidad de Aloburo			
TURISMO CULTURAL						
TURISMO RELIGIOSO						
TURISMO DE SALUD						
TURISMO DE DEPORTES						
TURISMO DE AVENTURA						
CONVENCIONES						
OTROS						
POBLACIONES BENEFICIADAS POR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA		DECLARATORIAS EN EL DESTINO			ASPECTOS QUE FAVORECEN AL NEGOCIO	
COMUNIDADES	LOCALIDADES	ENTIDAD	DETALLE	ESTADO		
Comunidad de Aloburo		MINISTERIO DEL AMBIENTE				
		MINISTERIO DE CULTURA Y PATRIMONIO				
		MINISTERIO DE TURISMO				
PRINCIPALES PROBLEMAS IDENTIFICADOS QUE LIMITEN LA IMPLEMENTACIÓN DEL NEGOCIO						
DETALLE	MARCAR	ESPECIFICACIONES				
SEGURIDAD CIUDADANA	X	Cuenta con un UPC que se encuentra en la parroquia La Dolorosa del Priorato, que hace rondas todas las noches.				
ACCESIBILIDAD	X	Consta con vías de acceso de primer y segundo orden.				
ACCESO A SERVICIOS BÁSICOS	X	Cuenta con todos los servicios básico en su totalidad.				

CIRCULACIÓN VEHICULAR	X	La circulación vehicular es un tanto concurrente.
AUSENCIA DE FACILIDADES TURÍSTICAS	X	No cuenta con un turismo activo, ya que no cuenta con señalética turística para que los turistas puedan llegar o conocer los diferentes atractivos.
SEÑALIZACIÓN	X	Cuenta con adecuada señalización para poder trasladarse a las diferentes comunidades aledañas.
SEÑALÉTICA EN ATRACTIVOS		
LIMITADO TALENTO HUMANO CAPACITADO		
OTROS		
OBSERVACIONES	Para la creación de la hostería ciertos factores como la falta de la facilidad turística sea una dificultad baja para la implementación del emprendimiento.	
MAPA		



8.2 Anexo B Árbol de problemas



8.3 Anexo C Matriz de factores



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
Carrera de Turismo



DATOS DEL DOCENTE

NOMBRE:	Msc. Fabio Cruz G
SEMESTRE:	Sétimo
ASIGNATURA:	Proyectos turísticos
FECHA ENTREGA:	7-May-21
NOMBRE/INTEGRANTES	Evelyn Yomaira Cevallos Tayan y Aynne Alexandra Quishpe Jiménez
TEMA/EMPRENDIMIENTO:	“HOSTERÍA CON ENFOQUE REVALORIZADOR DEL TREN DEL ECUADOR, EN LA COMUNIDAD ALOBURO IBARRA- ECUADOR”



MATRIZ FACTORES QUE INTERVIEN EN LA IDEA DE NEGOCIO

1.4.1 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

<p>SITUACIÓN MACROAMBIENTE</p>	<p>Político - Legal</p>	<p>En el ámbito político legal. Es importante acatar los artículos, reglamentos y leyes ya establecidos por el Estado ecuatoriano. En la Constitución del Ecuador existen artículos que tienen relación como los: Art. 25, Art. 283, Art. 377 y el Art. 379. (Constituyente, 2008)</p> <p>En la Ley de Turismo se ha tomado en cuenta para el proyecto los siguientes artículos: Art. 1, Art. 2, Art. 3.</p> <p>Con respecto a la Ley orgánica de cultura los artículos: Art. 3y Art. 9.</p> <p>En cuanto a Ley De Patrimonio Cultural se tomó como referente al Art. 4.</p> <p>En el Reglamento General A La Ley De Turismo Art. 14.</p> <p>En el Reglamento General A La Ley Orgánica De Cultura al Art. 41. Y en el Plan Nacional Buen Vivir Para El 2017-2021 se fundamentó en el Objetivo 5.</p>
---------------------------------------	--------------------------------	---

	<p>Socio cultural</p>	<p>En el ámbito socio cultural se puede mencionar ciertos aspectos. Uno de ellos es que este tipo de museos con temática no se ha visto en el país así que puede ser llamativa y novedosa para los visitantes locales y por medio de este emprendimiento se trata de mantener vivo el tren que es patrimonio del Ecuador y como el mismo ha sido un pilar de crecimiento y desarrollo para el país y de la población ecuatoriana.</p>
	<p>Económico</p>	<p>En el ámbito económico, la pandemia ha tenido un papel importante porque por la misma la situación económica en las familias ha cambiado y viajar a otros sitios por turismo ha quedado en segundo plano ya que no es una prioridad como tal. Por lo que el nuevo emprendimiento ofrece algo llamativo e innovador donde cuenta con comodidad, pero también cuenta con una riqueza paisajística y sobre todo de fácil acceso.</p>

	<p>Tecnológico</p>	<p>En el ámbito tecnológico, se ha observado como la tecnología avanza y se desarrolla aceleradamente, así mismo la conexión a internet es indispensable ya que se encarga de mantener a las personas comunicadas y para tener una visita más placentera por ello se ha visto factible el implementar el uso de código QR los cuales podrán brindar a los visitantes datos interesantes para que los turistas se puedan sentir a gusto en el lugar y al mismo tiempo conectados y compartiendo sus momentos en el lugar.</p>
	<p>Medio Ambiental</p>	<p>En el ámbito ambientales importante el encontrar un equilibrio y se tratará con el emprendimiento de generar el menor impacto posible para tener armonía con la naturaleza y ayudar a la economía de la comunidad y al desarrollo de esta. El emprendimiento al ubicarse en un lugar rural brinda una vista hermosa llena de vegetación donde el turista puede compartir tiempo con la Pachamama y aprender de ella.</p>

SITUACIÓN COMPETITIVA	Infraestructura	En cuanto a infraestructura lo que se busca hacer en el emprendimiento es que la arquitectura del museo sea en base a la de los vagones de un tren y con ello se busca revalorizar este patrimonio del Ecuador haciendo que su historia se mantenga latente.
	Inversiones de la industria	En el emprendimiento a realizar la inversión es tiene un valor elevado, porque al ser un museo temático necesita de ciertos detalles los cuales cuentan con valores más elevados.
	Número/competidores	El emprendimiento propuesto es innovador y novedoso por lo cual resalta por el hecho de que en la zona no existe otro museo sin embargo existen dos hosterías que tienen cierta cercanía con el lugar donde se encontraría el emprendimiento.
		
FIRMA ESTUDIANTE		FIRMA ESTUDIANTE

8.4 Anexo D Modelo de encuesta

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Licenciatura en Turismo

Museo con enfoque revalorizador del Tren del Ecuador en la comunidad de Aloburo-Ibarra-Ecuador

Objetivo

Se realizó esta encuesta para realizar un estudio de mercado sobre la creación de un Museo con enfoque revalorizador del Tren del Ecuador, en la comunidad de Aloburo, Ibarra - Ecuador.

Instrucciones

- La encuesta es anónima, así que puede responder con libertad.
- Lea detenidamente las siguientes preguntas detenidamente y respóndalas de acuerdo con su criterio

Sección 1

Datos generales/ variable socio demográficas

1. Género *

- Masculino
- Femenino
- Otros

2. Marque su intervalo de edad

- 15 - 18 años
- 19 - 23 años
- 24 - 30 años
- 31 - 40 años
- 41 - 50 años o más

3. Estado civil

- Soltero/a
- Casado/a
- Unión libre

- Divorciado/a
- Viudo/a

4. Ciudad en la que se encuentra

- Ibarra
- Otavalo
- Cotacachi
- Otros:

5. Indique su ocupación *

- En el sector público
- En el sector privado
- Emprendedor / independiente
- Estudiante
- Desempleado
- Jubilado
- Quehaceres del hogar
- Comerciante
- Artesano
- Otros

6. Nivel de ingresos económicos

- Menos de \$200
- \$200 a \$300
- \$301 a \$500
- \$501 a \$800
- \$801 a 1000
- \$1001 en adelante

Sección 2 Perfil del turista

7. ¿Le gusta visitar museos?

- Sí
- No
- Tal vez

8. ¿Con qué frecuencia visita usted un museo? *

- Frecuentemente
- Muy frecuentemente
- Poco frecuente
- Ocasionalmente
- Nunca

9. Usted suele acudir a estos establecimientos *

- Solo
- En pareja
- En familia
- Con amigos

10. ¿Qué medios usa usted para obtener información con referencia a los museos? *

- Radio
- Televisión
- Periódico
- Amigos/conocidos
- Redes sociales
- Páginas web
- Otro

11. ¿Qué tipo de museos le gustaría visitar? *

- Artes plásticas, visuales o aplicadas
- Arte religioso
- Arte contemporáneo
- Arte precolombino
- Casa museo
- Arqueológico
- De sitio
- Etnográfico y/o antropológico
- Ciencia y tecnología
- Ciencias naturales o historia natural
- Artes decorativas

- Especializado
- General
- Otro

12. ¿Estaría de acuerdo para que se instale el Museo con temáticas que den cuenta sobre la historia del Tren en el Ecuador en el sector del barrio Aloburo en Ibarra? *

- Sí
- No
- Tal vez

13. ¿Qué razones motivaría en usted, para visitar un museo histórico del Tren del Ecuador? *

- Conocer su historia
- Estudios
- Por distracción u ocio
- Otros

14. ¿Considera usted adecuado, dado a la importancia del tren en nuestro país, que se cuente con un sitio donde se dé a conocer la historia del tren? *

- Sí
- No
- Tal vez

15. ¿Cree usted que se incrementa el turismo en la comunidad, con miras de visitar el museo histórico del Tren del Ecuador? *

- Sí
- No
- Tal vez

16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por entrar a este tipo de Museo? *

- 2 a 3 dólares
- 4 a 5 dólares
- Otras

17. ¿Qué servicios le gustaría tener en el Museo? *

- Guianza
- Tienda de recuerdos
- Cafetería
- Otros servicios

Agradecemos comedidamente, su atención.