



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

TEMA:

ESTUDIO DE LA SITUACIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LA RUTA FERROVIARIA “EL TREN DE LA LIBERTAD” DE LOS CANTONES IBARRA Y URCUQUÍ.

Trabajo de Grado, previo a la obtención del título de Ingenieros en la Especialidad de Turismo.

AUTORES:

Guzmán Angulo Carlos Andrés

Herrera Cruz Erika Alexandra

DIRECTORA:

Econ. Amparito Posso

Ibarra, 2014

ACEPTACIÓN

Yo, Amparo del Rocío Posso Salgado, con cédula No 100151395-9, Tutora de la tesis de grado **“ESTUDIO DE LA SITUACIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LA RUTA FERROVIARIA “EL TREN DE LA LIBERTAD DE LOS CANTONES IBARRA Y URCUQUÍ”**, realizado por los señores egresados **GUZMÁN ANGULO CARLOS ANDRÉS; HERRERA CRUZ ERIKA ALEXANDRA**, previo a la obtención del Título de Ingenieros en la especialidad de Turismo; luego de haber orientado el trabajo investigativo y revisado el documento final, CERTIFICO que reúne los requisitos suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal que sea designado oportunamente.

Es todo lo que puedo certificar por ser justa y legal.

En la ciudad de Ibarra a los 20 días del mes de enero del 2014.



Eco. Amparito Posso
DIRECTORA

DEDICATORIA

Dedicar solamente este trabajo, sería simplificar una meta, cuando lo que más anhelamos es entregar nuestra vida entera, una vida de logros, con experiencias positivas y negativas, a ese ser tan maravilloso que nos regaló la vida, al cual amamos, DIOS NUESTRO PADRE.

Dedicarlo con mucho amor a nuestro hijo, DAVID ANDRÉS GUZMÁN HERRERA, a ese ángel que llegó a nuestras vidas a llenarnos de alegría y de momentos especiales, la razón de nuestro ser y por el cual seguiremos adelante con la bendición de Dios.

Como olvidarnos de esas personas tan maravillosas que han estado desde que nacimos, regalándonos alegrías y enseñanzas, a través de su esfuerzo y ejemplo, nuestros padres: Fausto Herrera, Mercedes Cruz; Germán Guzmán y Yolanda Angulo.

A aquellos que forman y comparten esta alegría, en especial a una persona que es ejemplo de vida, Rosita Maldonado, y otras de apoyo y amor, Lore y Cris Guzmán.

Erika y Andrés

AGRADECIMIENTO

Los autores, queremos expresar nuestro infinito agradecimiento a Dios Todopoderoso, por guiarnos y darnos la sabiduría para llevar a término nuestro proyecto de tesis, a pesar de las adversidades, pues sabemos que sin Él no somos nada.

A la Universidad Técnica del Norte por abrirnos las puertas en su casona del saber, y darnos la oportunidad de superarnos; a nuestros profesores quienes supieron guiarnos por el camino correcto, a nuestros compañeros y amigos por su incondicional ayuda cuando la hemos necesitado.

En especial a nuestras amigas y directoras de tesis, Econ. Amparito Posso y Dra. Carmen Trujillo, por su paciencia, disponibilidad y generosidad para compartir su experiencia y amplio conocimiento, guiando paso a paso nuestro trabajo de grado.

A la comunidad de Salinas, por estar prestos a colaborar con nuestro proyecto de tesis, al Sr. Abogado Raúl Maldonado, Presidente de la Junta Parroquial, por su apertura y disponibilidad.

Erika y Andrés

ÍNDICE GENERAL

ACEPTACIÓN	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	IV
INDICE GENERAL	V
RESUMEN	XIII
ABSTRACT	XIV
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1. Antecedentes	1
1.2. Planteamiento del problema	4
1.3. Formulación del problema	8
1.4. Delimitación	8
1.4.1. Unidades de observación	8
1.4.2. Delimitación espacial	8
1.4.3. Delimitación temporal	8
1.5. Objetivos	9
1.5.1. General	9
1.5.2. Específicos	9
1.6. Justificación	9
2. MARCO TEÓRICO	11
2.1. Fundamentación teórica	11
2.1.1. Turismo Sostenible	11
2.1.2. Oferta y demanda turística	14
2.1.2.1. Demanda	14
2.1.2.2. Oferta	16
2.1.3. Oferta de Imbabura	18
2.1.3.1. Oferta	20
2.1.3.2. Atractivos turísticos por cantones	21
2.1.3.3. Producto turístico	22
2.1.4. Demanda de Imbabura	24
2.1.5. Situación actual de Salinas	26
2.1.5.1. Situación geográfica:	26
2.1.5.2. Delimitación	28
2.1.5.3. Distribución política administrativa	28
2.1.5.4. Síntesis histórica	28
2.1.5.5. Hidrografía	29
2.1.5.6. Clima	30

2.1.5.7. Flora y fauna	30
2.1.5.8. Suelos	30
2.1.5.9. Asociaciones	31
2.1.5.10. Atractivos turísticos	32
2.1.6. Señalización turística	33
2.1.6.1. Elementos	33
2.1.6.2. Tipos	34
2.1.7. Accesibilidad para personas con movilidad reducida	36
2.1.7.1. Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2 292	37
2.1.8. Producto turístico	39
2.1.9. Planes de turismo	41
2.1.7.1. Características de un Plan	42
2.1.7.2. Elementos de mejoramiento	44
2.1.7.3. ¿Por qué Mejorar?	45
2.1.7.4. Ciclo de Mejoramiento	45
2.1.7.5. Actividades Básicas de Mejoramiento	46
2.1.10. Marketing Turístico	48
2.1.8.1. Marketing Mix	50
2.1.8.3. Plaza	52
2.1.8.4. Precio	53
2.1.8.5. Promoción	54
2.2. Posicionamiento Teórico Personal	55
2.3. Glosario de Términos	57
2.4. Interrogantes de Investigación	61
2.5. Matriz Categorial	62
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	64
3.1 Tipos de investigación	64
3.1.1. Investigación documental	64
3.1.2. Investigación de Campo	65
3.2. Métodos	65
3.2.1. Analítico-Sintético	65
3.2.2. Estadístico	65
3.3. Técnicas	66
3.3.1. Encuesta	66
3.3.2. Entrevista	66
3.4. Población y muestra	67
3.5. Análisis e interpretación de resultados	68
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	69
4.1. Perfil del turista	69
4.1.1. Datos informativos	69

4.1.2. Hábitos y motivación de viaje	75
4.1.3. Perfil socio-económico	84
4.1.4. Difusión del proyecto	87
4.2. Perfil del empresario	91
4.2.1. Oferta y demanda	91
4.3. Capacitaciones realizadas en Salinas	108
4.4. Entrevista	110
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	113
5.1. Conclusiones	113
5.2. Recomendaciones	114
6. PROPUESTA ALTERNATIVA	115
6.1. Título de la Propuesta	115
6.2. Justificación e Importancia	115
6.3.1. Fundamentación educativa	116
6.3.2. Fundamentación social	116
6.3.3. Fundamentación psicológica	117
6.3.4. Fundamentación para la sustentabilidad	117
6.3.5. Fundamentación turística	117
6.4. Objetivos	118
6.4.1 General	118
6.4.2 Específicos	118
6.5. Ubicación sectorial y física	118
6.6. Producto Turístico Actual	120
6.6.1. Ruta “El Tren de la Libertad”	120
6.6.1.1. Itinerario	121
6.6.1.2. Detalle	122
6.6.1.2.1. Entrega de boletos (Estación Ibarra)	122
6.6.1.2.2. Salida de la Estación Ibarra	122
6.6.1.2.3. Llegada a la estación Salinas	124
6.6.1.2.4. Recorrido en Salinas	125
6.6.1.2.5. Museo de Sal	127
6.6.1.2.6. Retorno a la Estación Ibarra	127
6.6.1.3. Precio y horarios	128
6.6.1.3.1. Precio	128
6.6.1.3.2. Horario	128
6.7. Desarrollo de la Propuesta	128
6.7.1 Presentación	130

ANEXOS	251
1. MATRIZ DE COHERENCIA	251
2. ENCUESTAS	252
2.1 Encuesta para turistas	252
2.2 Encuesta para empresarios	256
3. OFICIO PARA CAPACITACIÓN	260
4. FOTOGRAFÍAS	261
5. MATRIZ DE PROYECTOS	266

Ilustración 1: Pilares de la sustentabilidad	13
Ilustración 2: Ubicación geográfica de Salinas	27
Ilustración 3: Variables del Marketing Mix	51
Ilustración 4: Ubicación de la ruta	119
Ilustración 5: Capas del suelo	145
Ilustración 6: Proceso de los residuos sólidos	147
Ilustración 7: Clasificación de residuos sólidos	149
Ilustración 8: Colores identificativos de los desechos sólidos	150
Ilustración 9: Área de intervención	154
Ilustración 10: Jardín comunitario	161
Ilustración 11: Medidas de la silla de ruedas	170
Ilustración 12: Señalética para personas con movilidad reducida	170
Ilustración 13: Sistema de sujeción de la silla	171
Ilustración 14: Características del cinturón de seguridad	172
Ilustración 15: Vagón actual	173
Ilustración 16: Adecuación del vagón	174
Ilustración 17: Diseño de rampa	175
Ilustración 18: Accesibilidad a movilidad reducida	179
Ilustración 19: Características del panel informativo	182
Ilustración 20: Vista frontal y posterior del panel informativo	183
Ilustración 21: características del pie temático	187
Ilustración 22: Implementación del pie temático en mural 1	188
Ilustración 23: Implementación del pie temático en mural 2	189
Ilustración 24: Implementación del pie temático en mural 3	190

Ilustración 25: Implementación del pie temático en mural 4	191
Ilustración 26: Panel informativo con soporte	193
Ilustración 27: Indumentaria de personajes de reanimación	197
Ilustración 28: Almuerzo típico	227
Ilustración 29: Artesanía local	227
Ilustración 30: Vista final página web	239
Ilustración 31: Portada página web	240
Ilustración 32: Postal de construcción	241
Ilustración 33: Postal de la Estación	242
Ilustración 34: Postal antes del terremoto	242
Ilustración 35: Postal de la señalética	243
Ilustración 36: Postal de los túneles	243
Tabla 1: Oferta de Imbabura	20
Tabla 2: Atractivos turísticos por cantones	21
Tabla 3: Producto turístico de Imbabura	22
Tabla 4: Asociaciones de Salinas	31
Tabla 5: Atractivos turísticos de Salinas	32
Tabla 6: Matriz Categorial	62
Tabla 7: Capacitaciones	108
Tabla 8: Itinerario de la ruta “El Tren de la Libertad” FEEP.	121
Tabla 9: Cronograma de actividades	152
Tabla 10: Características de flora nativa	155
Tabla 11: Presupuesto capacitación ambiental	162
Tabla 12: Presupuesto jardín comunitario	163
Tabla 13: Presupuesto rampa de accesibilidad	176
Tabla 14: Presupuesto señalética turística	194
Tabla 15: Itinerario alternativo	236
Tabla 16: Presupuesto página web	244
Tabla 17: Presupuesto postales históricas	245
Fotografía 1: Entrega de boletos Estación Ibarra	122

Fotografía 2: Salida de la Estación Ibarra	122
Fotografía 3: Vista del paisaje desde el Tren	123
Fotografía 4: Vista panorámica del puente y cañon del Río Ambi.	123
Fotografía 5: Bienvenida con el grupo de danza	124
Fotografía 6: Participación intercultural	124
Fotografía 7: Mural 1	125
Fotografía 8: Mural 2	125
Fotografía 9: Mural 3	126
Fotografía 10: Mural 4	126
Fotografía 11: Parque Central Salinas	126
Fotografía 12: Museo de Sal	127
Fotografía 13: Retorno a la estación Ibarra	127
Fotografía 14: Panel informativo deteriorado	180
Fotografía 15: La llegada del ferrocarril, un sueño de unión	184
Fotografía 16: Primera actividad económica de los pobladores de Salinas.	184
Fotografía 17: Riqueza Cultural Afro ecuatoriana.	185
Fotografía 18: El turismo, base de desarrollo actual	185
Fotografía 19: Socialización a los jóvenes de la Parroquia de Salinas	261
Fotografía 20: Intervención de los jóvenes de salinas	261
Fotografía 21: Conversación con la Asociación de jóvenes	262
Fotografía 22: Explicación del proyecto por Andrés Guzmán A.	262
Fotografía 23: Socialización a las mujeres de la comunidad de Salinas	263
Fotografía 24: Intervención de Erika Herrera C.	263
Fotografía 25: Lcda. Sindi Tapia, representante del GAD Parroquial	264
Fotografía 26: Visita a la zona de estudio	264
Fotografía 27: Reconociendo la ruta	265
Fotografía 28: Participando de las actividades de la ruta	265
Gráfico 1: Procedencia del visitante al cantón Ibarra	69

Gráfico 2: Ciudad de origen del visitante a nivel nacional	70
Gráfico 3: Género del visitante	71
Gráfico 4: Edad del visitante	72
Gráfico 5: Formación académica del visitante	73
Gráfico 6: Ocupación del visitante	74
Gráfico 7: Frecuencia de viajes por año	75
Gráfico 8: Destino turístico de preferencia del visitante	76
Gráfico 9: Opciones de viaje	77
Gráfico 10: Tipo de acompañantes	78
Gráfico 11: Tipo de Alojamiento del visitante	79
Gráfico 12: Preferencia gastronómica	80
Gráfico 13: Tiempo de permanencia	81
Gráfico 14: Actividades del visitante	82
Gráfico 15: Tipo de transporte del visitante	83
Gráfico 16: Ingresos mensuales del visitante	84
Gráfico 17: Gastos por visita	85
Gráfico 18: Destino de recursos económicos en el viaje	86
Gráfico 19: Medios de difusión	87
Gráfico 20: Frecuencia de visitas	88
Gráfico 21: Atractivos visitados antes	89
Gráfico 22: Expectativa del visitante	90
Gráfico 23: Tipo de empresa	91
Gráfico 24: Oferta turística	92
Gráfico 25: Situación actual empresarial	93
Gráfico 26: Medios publicitarios empresariales	94
Gráfico 27: Medios para conocer la demanda	95
Gráfico 28: Beneficios por afiliación a gremios	96
Gráfico 29: Aporte a la oferta y demanda del Tren de la Libertad	97
Gráfico 30: Principal alternativa empresarial	98
Gráfico 31: Aporte voluntario empresarial	99
Gráfico 32: Actividades con las que se identifica	100
Gráfico 33: Compromisos para mejorar la oferta de la ruta	101

Gráfico 34: Grado de satisfacción por la demanda de la ruta	103
Gráfico 35: Aceptación del Plan de Mejoramiento	104
Gráfico 36: Estrategia de sostenibilidad	105
Gráfico 37: Mejor alternativa para convertir a la ruta como destino turístico	107

RESUMEN

El presente proyecto tiene como finalidad analizar de manera sutil la oferta y demanda turística en el atractivo turístico “El Tren de la Libertad”, de los cantones Ibarra y Urcuquí. Para lo cual se planteó el principal objetivo de investigación: el análisis de la oferta y demanda de la ruta ferroviaria “El Tren de la Libertad” de los cantones Ibarra y Urcuquí, mediante el estudio de la oferta turística y el estudio de las tendencias del turista actual, para ello se realizó un estudio de campo como metodología, de carácter descriptivo documental y utilizando métodos analítico-sintético, para corroborar esta investigación se utilizó encuestas dirigidas a turistas y a empresarios turísticos para recolectar la mayor cantidad de información y cumplir con los objetivos, se estableció una entrevista a una de las principales dirigentes de la parroquia de Salinas, para obtener el punto de vista acerca de los beneficios del turismo en la parroquia. Como resultado de esta investigación se determinó que la demanda de turismo al atractivo es atractivo para una gran cantidad de turistas, siendo la mayoría turismo nacional con el 74%, mientras que el extranjero se compone del 26%, con una edad promedio de 18 a 40 años, en su mayoría mujeres profesionales y en procesos académicos, con un ingreso mensual que varía de 700 a 1000 dólares al mes, los cuales destinan entre 100 y 300 dólares en actividades turísticas; por lo cual se consideró diseñar un Plan de mejoramiento del atractivo turístico “El Tren de la Libertad” de los cantones Ibarra y Urcuquí, como propuesta alternativa, involucrando los factores sociales, económicos, ambientales, educativos, culturales y turísticos que son necesarios para el desarrollo de un turismo responsable y sustentable, ya que la materia prima está presente, se pretende innovar de acuerdo a los requerimientos del turismo actual.

ABSTRACT

This project aims to analyze subtle supply and demand in the tourist attraction "El Tren de la Libertad" , of Ibarra and Urcuquí cantons. To which the main research objective was raised : the analysis of the supply and demand of the railway route " El Tren de la Libertad " of Ibarra and Urcuquí cantons , through the study of tourism and study of trends current tourist, to do a field study was conducted as methodology document using descriptive and analytic-synthetic methods to corroborate this research surveys aimed at tourists and tourism entrepreneurs to gather as much information and meet the objectives used , an interview with one of the main leaders of the parish of Salinas was established to obtain the view of the benefits of tourism in the parish. As a result of this investigation it was determined that the demand for tourism to appeal is attractive to a lot of tourists , most of them domestic tourism to 74 % while abroad is composed of 26% , with an average age of 18 to 40 years , mostly professional women and academic, with a monthly income ranging from \$ 700 to \$ 1,000 a month, which spend between 100 and 300 dollars in tourism activities , for which it was considered to design an improvement plan the attraction " El Tren de la Libertad " of Ibarra and Urcuquí cantons , as alternative proposal , involving social , economic, environmental , educational , cultural and tourist factors necessary for the development of responsible and sustainable tourism , as the raw material is present , is to innovate according to the requirements of today's tourism .

INTRODUCCIÓN

Imbabura una provincia de incomparable belleza natural y cultural, conformada por seis cantones (Ibarra, Otavalo, Cotacachi, Urcuquí, Pimampiro y Antonio Ante), todos privilegiados por sus atractivos turísticos, que la hacen única y singular. Sus habitantes se dedican a un sinnúmero de actividades en cada uno de sus rincones, que la hacen productiva, y con un carisma de amabilidad, característico en cada uno de ellos.

Tomando como referencia “El Tren de la Libertad”, un producto turístico que integra a los cantones Ibarra y Urcuquí, es necesario enfatizar la importancia de cada espacio para este baluarte cultural.

Ibarra llamada “Ciudad Blanca” es la cabecera cantonal y poseedora de formidables paisajes y diversidad de culturas, lo que hace de este cautivante rincón un destino obligatorio para realizar turismo. Por su parte, el cantón Urcuquí con su riqueza natural única, como son las aguas termales, se ha convertido en un referente turístico medicinal, al cual llegan miles de turistas con el afán de mejorar su salud.

“El Tren de la Libertad” puesto en marcha hace 2 años, ofrece un conjunto de actividades en cada área turística de acuerdo a las preferencias del mercado, lo cual ha permitido dinamizar la economía de las ciudades inmersas en esta actividad, fortaleciendo la identidad cultural e involucrando directamente a los actores, lo que deriva en nuevas oportunidades para el desarrollo sustentable del turismo.

Este proyecto está estructurado de los siguientes capítulos:

Capítulo I.- Hace énfasis en la problemática existente en Ibarra y Urcuquí con respecto a línea férrea.

Capítulo II.- Describe el marco teórico fundamentado en la Investigación, con diferentes temas que sustentan este proyecto.

Capítulo III.- Presenta la metodología de la investigación que indica el tipo de investigación, métodos, técnicas e instrumentos a aplicarse. Contiene la población y muestra en la que se desarrollará la investigación.

Capítulo IV.- Comprende el análisis de cada una de las preguntas realizadas a través de los instrumentos de investigación.

Capítulo V.- Hace referencia a las conclusiones y recomendaciones que se llevarán a cabo después de haber realizado la investigación.

Capítulo VI.- Describe la propuesta, sus beneficios, importancia, utilizando varios aspectos, los cuales servirán para determinar el efecto causado en los sectores de la sociedad y contribuir en el desarrollo del producto.

Anexos.- Comprenden matrices utilizadas para la investigación; mapas de ubicación, fichas, matriz de coherencia, fotografías del sector y encuestas aplicadas.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Antecedentes

Actualmente el auge del turismo ha convertido a esta actividad en una alternativa de desarrollo económico y social, por lo cual debe fundamentarse bajo principios de sostenibilidad, es decir, el beneficio debe ser aplicable a todos los actores involucrados, tanto de la presente generación como de las futuras.

Los criterios a cumplirse bajo el concepto de la sostenibilidad son: que sea viable económicamente y equitativo, comercialmente rentable, ecológicamente amigable, socioculturalmente aceptable y por supuesto la satisfacción del turista.

Así mismo la actividad turística debe cimentarse sobre la diversidad de oportunidades disponibles en las economías locales, integrar y contribuir efectivamente al desarrollo del modelo económico regional, dando a conocer alternativas de turismo vinculadas a los criterios del desarrollo sostenible, desde este punto de vista, los diferentes variables de turismo como: turismo de aventura, agroturismo, aviturismo, turismo científico, espeleología, turismo cultural y otros han permitido generar un espacio de participación en varios sectores con potencial turístico.

Dentro del contexto de sostenibilidad, la contribución del turismo hace énfasis en la solidaridad, inclusión de todos los actores involucrados, equidad. El desarrollo del turismo sustentable satisface necesidades económicas, sociales, a la vez que mantiene una cultura y los procesos ecológicos sin alteración.

Muchos productos turísticos tienen relevancia en cuanto a demanda potencial de turismo, uno de ellos es la ruta "El Tren de la Libertad". La infraestructura de este fue construida en 1872, mismo que era conocido como Ferrocarril del Sur, durante la presidencia de Gabriel García Moreno. El 1873 rodó la primera locomotora desde la estación Yaguachi en Guayaquil. Al año siguiente el 1 de mayo empezó el primer servicio regular entre Yaguachi y Milagro, provincia del Guayas.

Después de varios años de ningún avance significativo, en 1895 la construcción se aceleró durante la presidencia del general Eloy Alfaro, siendo este proyecto desde el puerto de Guayaquil a Quito. Mientras se planeaba continuar con la construcción del ferrocarril, se mantuvo una tenaz campaña de oposición protagonizada por conservadores y liberales. La mayoría de los habitantes de aquel entonces pensaban que la región Sierra no podría ser conquistada por medio del ferrocarril.

El 17 de junio de 1897, el gobierno firmó un acuerdo sobre la construcción del "ferrocarril más difícil del mundo", con contratistas norteamericanos Archer Harman (de Virginia) y Edward Morely. A fines del año, se constituyó en "New Jersey la Guayaquil and Quito Railway Company" y comenzó la construcción en 1899.

Amenazaban el avance de los trabajos, la frecuente actividad sísmica, constantes precipitaciones que provocaban inundaciones, las enfermedades de los trabajadores, las picaduras de serpientes. Ante semejantes obstáculos, los obreros desertaban o paralizaban los trabajos en demanda de mejores condiciones. Cuatro mil trabajadores jamaquinos participaron en la construcción del ferrocarril, ellos, gravemente afectados por la altura, las enfermedades y pestes. El propio hermano de Archer Harman, el mayor John Harman, ingeniero y jefe de la obra, y su ayudante Georges Davis, murieron víctimas de las enfermedades.

Los carriles llegaron finalmente a un enorme obstáculo: una pared de roca casi perpendicular llamada "la nariz del diablo". Muchas vidas se perdieron en la construcción de lo que se considera como una obra maestra de ingeniería: un zig-zag cavado en la roca, que permite al tren avanzando y retrocediendo alcanzar la altura necesaria hasta Alausí.

En 1905, el ferrocarril llegó a Riobamba, en la región Interandina central del Ecuador. Mientras se alcanzaba el objetivo final, el ferrocarril prestaba servicios al público en sus tramos ya terminados. Desde Riobamba, la construcción fue más fácil. Se llegó al punto más alto de Ruta Urbina (3604 metros) a fines del mismo año.

El júbilo por la llegada del ferrocarril estalló en Quito el 25 de junio de 1908, cuando arribó la locomotora n°8 conducida por el maquinista Arturo Munizaga. El ferrocarril era una realidad. El arzobispo de Quito, Federico González Suarez, envió un telegrama al presidente Eloy Alfaro reconociendo su esfuerzo y la importancia de su obra, lo que motivó a que el ferrocarril se expanda por todo el Ecuador.

Fue 49 años después que en la provincia de Imbabura se incluyó la ruta del ferrocarril, siendo el 26 de agosto de 1957, en el Gobierno de Camilo Ponce Enríquez, que se inaugura el tramo Ibarra-Salinas, en el cual se intercambi6 la producci6n entre los cantones Ibarra y Urcuqu6.

1.2. Planteamiento del problema

Si bien el turismo se ha considerado hist6ricamente como un referente econ6micamente relevante, los recursos naturales se caracterizan por ser la principal materia prima de esta actividad, dicha riqueza es considerada renovable en el 6mbito de la sustentabilidad, pero en los 6ltimos a6os, 6sta teor6a est6 siendo debatida en torno a una sobre-explotaci6n de los mismos, hecho por el cual ya no puede ser considerado como un producto cl6sico de consumo. Por su parte el Turismo Cultural es un derivado del Turismo Tradicional o com6n que hace hincapi6 en aspectos natos que oferta cada pueblo, ciudad, regi6n, pa6s o continente, con sus determinadas costumbres.

A partir de la d6cada de los setenta, parad6jicamente coincidiendo con el boom del petr6leo, el ferrocarril sufri6 un proceso de constante deterioro y abandono. Los fen6menos naturales, como deslaves, deterioro de la infraestructura por la dureza de las estaciones invernales, como el fen6meno de "El Ni6o", efecto invernadero, la alta demanda de transporte terrestre, a lo cual se suma el desinter6s de los gobiernos locales al desconocer la importancia de este patrimonio cultural, en el poco aporte de recursos econ6micos sumado al boicot de los transportistas de carreras, han incidido en la p6rdida de importancia y vigencia del tren.

A lo largo de los años, el ferrocarril no ha tenido un mantenimiento adecuado de sus instalaciones, equipos, máquinas e infraestructura, razón por la que ha caído en la decadencia y la ruina. Locomotoras que se dañaban no eran reparadas, sino desmanteladas o arrinconadas para el olvido en las principales estaciones, ciudades y pueblos por donde pasaba el tren.

Estaciones, ciudades y pueblos que durante años constituyeron importantes puntos de movimiento y conexión del ferrocarril (como son los casos de Durán, Huigra, Bucar, Alausí, Guamote, Riobamba, en el ferrocarril del Sur y El Quinche, Cayambe, Otavalo, Andrade Marín, Ibarra, la Estación Carchi, Salinas, Guallupe y San Lorenzo, en el Norte; entre otras), donde se observaba un gran dinamismo económico, comercial y hasta un turismo popular, en la actualidad presentan un cuadro de nostalgia y abandono, con un deterioro casi irreversible.

Consciente de esta realidad, el Gobierno Nacional, presidido por Rafael Correa, se ha propuesto recuperar y restaurar uno de los principales patrimonios con que cuenta el país, como es el ferrocarril, con el objeto de impulsar el desarrollo socioeconómico, incentivar la reactivación y fortalecimiento de las actividades productivas, sociales y culturales de los pueblos y comunidades asentadas a lo largo del trayecto del tren y zonas aledañas, así como fomentar el turismo y la valoración histórico-patrimonial, con responsabilidad social. Como parte de este proceso, en abril de 2008, el sistema ferroviario fue declarado Patrimonio Cultural del Estado, con lo cual se inició la recuperación de este bien patrimonial.

En la actualidad, el ferrocarril sirve únicamente de atractivo turístico en trayectos aislados y limitados, a pesar de que el ferrocarril ecuatoriano, en

sus respectivos trayectos que están siendo rehabilitados, atraviesa una cantidad de atractivos naturales, culturales de especial interés, tales como: áreas naturales protegidas, volcanes, ríos y lagunas, ciudades, pueblos, zonas rurales y patrimonios inmateriales de alto valor, estos no son aprovechados sosteniblemente lo cual hace que este sea un atractivo a corto plazo.

A pesar de la rehabilitación de dicho bien patrimonial, en los cantones de Ibarra y Urcuquí, ubicados en la provincia de Imbabura, no se ha realizado un estudio concreto, el cual determine la situación actual de la oferta y la demanda turística para complementar de mejor manera con la recuperación del tramo que comprende Ibarra y Urcuquí.

Lo grave de esto es que la falta de atención en el tema del turismo, está provocando ausencia de visitantes, destrucción de los recursos naturales existentes, baja calidad de vida, por consiguiente pobreza y pérdida de identidad.

Es importante señalar que los cantones de Ibarra y Urcuquí, a pesar de tener atractivos naturales y culturales muy importantes, no son reconocidos como tal. En la actualidad existen establecimientos que ofertan atractivos turísticos, lo malo es que los habitantes no están conscientes de la importancia que tiene la conservación de estos atractivos y la valoración de la cultura, ya que existe inadecuada ubicación de estos establecimientos, malas administraciones de los mismos, desaparición de indumentaria autóctona, pérdida del idioma, entre muchos otros indicadores.

El erróneo aprovechamiento de los recursos naturales y culturales, desembocará en un pseudo desarrollo, el cual desencadenará en la pérdida total de estos atractivos turísticos.

El turismo de naturaleza juega un papel muy importante en el desarrollo sustentable, el cual consiste en preservar y disfrutar de los atractivos turísticos naturales de nuestro medio. Los efectos que genera el tratamiento adecuado del turismo natural, desde una perspectiva de mercados, trae como consecuencia, la satisfacción del cliente, la conservación del ecosistema y el desarrollo económico y social de las comunidades a partir de la generación de nuevos empleos.

La introducción de nuevas costumbres de culturas ajenas han hecho que vayan perdiendo su identidad y se acoplen a nuevas creencias y hábitos, los cuales han generado delincuencia, migración y en los más pequeños se puede observar que no desean conocer sus orígenes, en especial su idioma natal y vestimenta, ya no anhelan tener conocimiento de sus ancestros por lo cual proponemos alternativas para rescatar la identidad local de este pueblo así como también impulsar el turismo cultural vinculado con el turismo natural.

Para mitigar los aspectos antes señalados y aprovechar saludablemente los atractivos naturales y culturales de los cantones Ibarra y Urcuquí atravesados por "El Tren de la Libertad", nace la necesidad de plantear estrategias que busquen atenuar los problemas, aquí tenemos: conservación de recursos naturales, eventos informativos bien estructurados, adecuada señalética, oferta turística enclave. Esto ira vinculado con el rescate de prácticas ancestrales, danzas y música autóctonos con indumentaria propia, los cuales pueden estar dentro de la

ruta turística “El tren de la Libertad”, para ser ofrecido a turistas nacionales y extranjeros; para de esta manera contribuir al desarrollo de la provincia y al aprovechamiento adecuado de los recursos naturales y culturales sin comprometer a las futuras generaciones.

1.3. Formulación del problema

Escaso estudio de la oferta y demanda turística de la ruta ferroviaria “El Tren de la Libertad” de los cantones Ibarra y Urcuquí.

1.4. Delimitación

1.4.1. Unidades de observación

- a. Turistas y usuarios de la ruta ferroviaria “El Tren de la Libertad”
- b. Emprendimientos turísticos a lo largo de la ruta.
- c. Comunidad Santa catalina de Salinas

1.4.2. Delimitación espacial

La investigación se llevará a cabo a lo largo de la ruta “El Tren de la Libertad” en los cantones Ibarra y Urcuquí.

1.4.3. Delimitación temporal

La investigación se realizará dentro del tercer trimestre del año 2012.

1.5. Objetivos

1.5.1. General

Analizar la situación de la oferta y demanda turística de la ruta ferroviaria “El Tren de la Libertad” de los cantones Ibarra y Urcuquí.

1.5.2. Específicos

- a. Determinar la oferta turística de la ruta ferroviaria “El Tren de la Libertad”.
- b. Establecer la demanda y tendencias de turismo para la ruta ferroviaria.
- c. Diseñar un plan de mejoramiento del producto turístico “El Tren de la Libertad”, para posicionarlo como destino turístico.

1.6. Justificación

En términos generales la investigación deberá contribuir al desarrollo socioeconómico, mediante el fortalecimiento de las actividades productivas que fomenten el turismo y la valoración histórico-patrimonial, con responsabilidad social, dinamizando las economías locales y micro-regionales, de manera que contribuyan a la concreción del derecho al ocio y del buen vivir, garantizando la inclusión económica.

El principal atractivo: la ruta ferroviaria, se vinculará de forma directa a la difusión de los atractivos turísticos de Ibarra y Urcuquí de acuerdo a los requerimientos del turista actual, para dar pasó a una dinámica turística sostenible.

Por estos motivos es necesario identificar los atractivos naturales y culturales de estos privilegiados cantones para obtener un producto clave que permita posicionar a la ruta de “El Tren de la Libertad” como potencial turístico y hacer de esta actividad la más rentable para todos sus habitantes, al mismo tiempo satisfacer los requerimientos del turista.

La intensión principal del proyecto es contribuir a la rehabilitación del ferrocarril en su totalidad, ya que se ha velado por la infraestructura de las máquinas, más aún falta destacar los requerimientos de los turistas y la visión de los emprendimientos a lo largo de la ruta; lo que en conjunto conlleva al desarrollo de la provincia.

Esta investigación favorecerá a los grandes medianos y pequeños empresarios turísticos, comerciantes, servicios públicos, entre otros; ubicados en los cantones Ibarra y Urcuquí, ya que sabrán los requerimientos del turista actual.

Los turistas serán beneficiados al encontrar una oferta de acuerdo a las expectativas de cada segmento, derivando en la confiabilidad y satisfacción, provocando complacencia durante la experiencia “El Tren de la Libertad”.

Una vez encontrado el problema de investigación y centrado los objetivos, el siguiente capítulo conformará conceptos y descripciones de los temas a investigarse para su mayor comprensión.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación teórica

2.1.1. Turismo Sostenible

Para la OMT (2004) El turismo sostenible es aquel que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas. Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

La fuente antes mencionada indica que el turismo sostenible debe:

a. Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.

b. Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.

c. Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes, unos beneficios socio-económicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

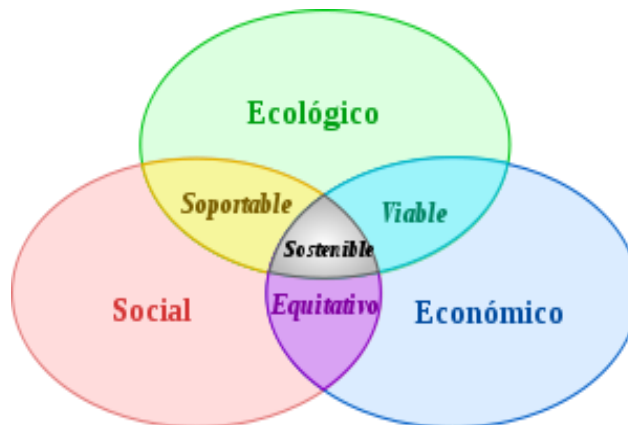
El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de sus incidencias, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias.

El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles.

Así mismo Torres (2004) menciona que el turismo sostenible es una aplicación responsable de desarrollo, atiende las necesidades de los turistas y al mismo tiempo protege y promueve oportunidades de visita para el futuro visitante. Se entiende como una vía de desarrollo hacia la gestión de los recursos de manera que puedan satisfacer las necesidades económicas y sociales, respetando la diversidad cultural, biológica, sobre

todo siguiendo los procesos ecológicos y los sistemas que sostienen la vida.

Ilustración 1: Pilares de la sustentabilidad



Fuente: Torres (2004)

Silveira (2010) establece que la sustentabilidad pasa a ser un concepto central que propone la reevaluación del papel del turismo en la sociedad contemporánea. Concepto que demanda una visión a largo plazo de la actividad económica y que pretende ofrecer una respuesta al proceso de degradación ambiental del planeta y, también, a los problemas y desigualdades sociales generados por un estilo de crecimiento económico que, además de comprometer la satisfacción de las necesidades de grandes sectores de la población mundial limita las oportunidades de las generaciones futuras para satisfacer las propias.

Por lo tanto, la innovación que el desarrollo sostenible supone, radica en la maximización de la calidad del crecimiento, sin negar o rechazar este, dicho con otras palabras en la priorización de los aspectos cualitativos de desarrollo sobre los meramente cuantitativos.

Para Calderón (2005), la sostenibilidad de las actividades turísticas se consideran en nuestros días un lugar común en el sector económico, sin embargo lo “normal” de esa relación en nuestros días no significa que dicho vínculo se haya producido de forma lineal o automática, o que los postulados de la sostenibilidad se hayan aceptado sin más por la industria turística, quedando todavía tanto camino por recorrer.

Así, según estos autores, lejos de cuestionar el modelo dominante en la sociedad contemporánea representado por la economía de mercado del capitalismo, consideran de manera simplista al crecimiento como un remedio imprescindible para asegurar la conservación del medio ambiente y resolver los problemas sociales a través de las buenas prácticas turísticas.

La habitual forma de ver el turismo incrementó la degradación de los destinos turísticos, ante esta situación la demanda de turismo actual motivó a buscar nuevos lugares de esparcimiento dejando de lado el turismo tradicional, por lo que el turismo actual hace énfasis en las nuevas tendencias de recreación, considerando dentro del mercado las preferencias del visitante por medio del análisis de dos factores claves como son la oferta y la demanda.

2.1.2. Oferta y demanda turística

2.1.2.1. Demanda

Rodríguez (2008) define a la demanda turística como el conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado (los públicos) requieren a los operadores turísticos, para satisfacer determinadas

necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones. Además opera en el contexto de un mercado en el que intervienen diversos operadores de turismo ofreciendo determinados productos y servicios, y que supone además la existencia de un conjunto de espacios geográficos y lugares donde se realizan estos servicios, todo lo cual sucede en el marco de un libre juego de oferta y demanda.

Es decir, para que exista una demanda debe haber una necesidad por parte de los individuos de disfrutar la experiencia de conocer nuevos lugares, con la seguridad de que los destinos cuentan con las condiciones apropiadas para la práctica del turismo.

Hernández (2001) agrega que la demanda, en el aspecto cuantitativo, normalmente se fija cuando se trata de proyectos situados en áreas turísticamente desarrolladas a base de la demanda futura, o sea mediante proyecciones. La demanda en el mercado turístico funciona sometida al influjo de un conjunto de factores, a saber:

a) factores económicos: que son principalmente, la liquidez del mercado emisor (el poder adquisitivo y la disponibilidad de dinero por parte de los clientes-usuarios), los niveles de precios que compiten entre sí alrededor de distintos puntos geográficos próximos, la estacionalidad en los países o lugares receptores de turistas;

b) factores relativos a las unidades demandantes: los cambios de estación y su relación con los sistemas de vacaciones en los países-mercado demandantes, los intereses cambiantes de los públicos y las personas; la percepción que los públicos tienen respecto del valor atractivo de determinadas zonas o puntos geográficos;

c) factores aleatorios, tales como los conflictos, inestabilidades sociales y guerras, los accidentes y catástrofes naturales y el impacto que estos eventos tienen en los medios de comunicación y en la percepción de seguridad de los potenciales públicos demandantes;

d) factores relativos a los sistemas de comercialización: calidad y extensión de los esfuerzos y productos de comercialización; amplitud y focalización de las estrategias de marketing; diversidad de los actores que realizan marketing turístico alrededor de determinados productos y lugares geográficos.

2.1.2.2. Oferta

Rodríguez (2008) menciona que la oferta turística al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición de los públicos en un mercado competitivo.

El autor antes mencionado explica que un recurso turístico es un elemento relacionado o perteneciente a la naturaleza, la historia o la cultura de una determinada zona geográfica o lugar y que está dotado de una determinada potencialidad turística.

La cantidad de un servicio o producto que un productor individual está dispuesto a vender en un período determinado de tiempo, o sea la oferta, es una función que depende del precio de ese servicio, de los precios del mismo servicio o de servicios similares de los competidores y de los costos de producción del productor.

En cambio un producto turístico es un determinado recurso natural, histórico o cultural que ofrece un conjunto de servicios y productos elaborados y asociados de manera de satisfacer las demandas del público-cliente de turistas.

En consecuencia la oferta turística es el conjunto de servicios puestos efectivamente en el mercado. La oferta turística mundial es cada día más variada en bienes y servicios, además de estar relacionada con otros sectores de la vida nacional: la agricultura, la industria, la minería, el comercio, la educación, la religión.

Sin embargo, para Hernández (2001) resulta muy conveniente reconocer las características de la oferta turística. Ellas son las siguientes:

a) La producción de servicios se realiza en un lugar geográficamente determinado y no pueden ser transportados. Los consumidores deben trasladarse a los lugares donde se producen estos servicios.

b) Los recursos turísticos están por atractivos naturales y culturales que no prestan utilidad en el mercado si no son puestos en valor y explotados.

c) Los recursos turísticos naturales son inagotables, es decir, no se consumen al ser bien explotados. Por ejemplo: nieve, playas, desiertos, etc., los cuales pueden sufrir deterioros al no ser protegidos adecuadamente.

Además agrega que la oferta turística está integrada por ocho partes muy importantes:

a. Atractivo Turístico

- b. Patrimonio Turístico
- c. Producto Turístico
- d. Los Recursos Turísticos
- e. La Planta Turística
- f. El Equipamiento Turístico
- g. La Infraestructura Turística
- h. Los Servicios Complementarios

A nivel nacional, el turismo constituye una actividad socio-económica cuya importancia radica en la adecuada y oportuna oferta establecida por los diferentes sectores turísticos, los cuales derivan en la generación de empleo de forma directa e indirecta, fuentes de ingreso y dinamización de la economía local.

En la provincia de Imbabura el turismo se ha ido desarrollando de manera sostenida durante los últimos años, cuya oferta de servicios se encontraba centralizada principalmente en las zonas urbanas y algunas hosterías de lujo en el sector rural. Cabe mencionar la relevancia de Otavalo, Cotacachi e Ibarra como destinos turísticos en el contexto nacional, tanto para visitantes nacionales como internacionales.

2.1.3. Oferta de Imbabura

Para la Cámara Provincial de Imbabura (2011), el turismo se encuentra ubicado en el sector terciario de la economía (servicios). La cadena productiva del turismo comunitario en Imbabura está conformada por los siguientes eslabones: servicios de alojamiento comunitario, alojamiento familiar, alimentación, transporte (terrestre) en vehículo, visitas guiadas a espacios naturales y comunidades rurales, actividades de turismo de aventura, paseos en bicicleta y paseos a caballo, turismo místico

(medicina ancestral), actividades culturales de música y danza para los turistas, producción y venta de artesanías y plantas medicinales, actividades agrícolas para consumo del turismo.

La misma fuente señala que todos los factores antes mencionados y su adecuado uso dan paso a las siguientes ventajas:

- a. Recursos hidrológicos.
- b. Lugares paradisíacos en sus cuatro mundos.
- c. Cuenta además con una gran diversidad geográfica, climática, cultural.
- d. Poseedor de una historia milenaria, con usos y costumbres tradicionales muy singulares y sobre todo con una población muy trabajadora y activa.
- e. Distancias cortas.

La coordinación en el sector del turismo es fundamental a todo nivel, pues se trata de una actividad en la que confluye todo tipo de intereses que requieren armonizarse con la visión de sostenibilidad que persigue el Plandetur 2020, con miras a ampliar los impactos que se pueden generar en cuanto a la generación de empleo e ingresos, en las diferentes poblaciones de cada una de las localidades del país.

De acuerdo a la información de los catastros turísticos de la provincia, se detallan los hoteles, restaurantes, discotecas y centros recreativos que brindan servicio en los diferentes cantones, dentro de lo que son establecimientos prestadores de servicios, principalmente de alojamiento, comidas y bebidas, recreación y diversión como oferta turística de Imbabura.

De los 422 establecimientos registrados por el MINTUR, 168 corresponden a hoteles, 192 a restaurantes, 38 a bares y discotecas, 6 a centros recreativos y 18 agencias de viajes.

2.1.3.1. Oferta

Tabla 1: Oferta de Imbabura

Cantones	Ibarra	Otavalo	Antonio Ante	Urcuquí	Cotacachi	Pimampiro
Establecimientos						
Hoteles	70	65	13	6	14	-
Restaurantes	114	45	23	-	10	-
Discotecas/bares	24	10	4	-	-	-
Centros recreativos	2	1	1	2	-	-
Agencias de viaje	9	9	-	-	-	-

Fuente: MINTUR 2010
Elaboración: Guzmán A; Herrera E. (2012)

De otro lado, forma parte de la oferta de la provincia el Inventario de atractivos turísticos (Ministerio de Turismo actualizado al año 2007), en el mismo que ha catalogado 185 atractivos, distribuidos de la siguiente manera, 63 como sitios naturales y 122 como manifestaciones culturales, así:

2.1.3.2. Atractivos turísticos por cantones

Tabla 2: Atractivos turísticos por cantones

Cantón	Sitios Naturales	Manifestaciones Culturales	Total por cantón
Ibarra	16	48	64
Otavalo	10	25	35
Antonio Ante	1	18	19
Urcuquí	6	6	12
Cotacachi	24	20	44
Pimampiro	6	5	11
TOTAL PROVINCIA	63	122	185

Fuente: MINTUR 2010
Elaboración: Guzmán A; Herrera E. (2012)

El Gobierno Provincial de Imbabura señala que el ecoturismo, turismo de aventura, turismo deportivo, turismo cultural, turismo rural, Aviturismo y gastronomía son los más practicados en la provincia, a continuación se describen uno a uno los siguientes productos turísticos:

2.1.3.3. Producto turístico

Tabla 3: Producto turístico de Imbabura

	Ibarra	Otavaló	Antonio Ante	Urququí	Cotacachi	Pimampiro
Ecoturismo	<ul style="list-style-type: none"> • Bosque de Paz • Loma de Guayabillas • Laguna de Yahuarcocha • Laguna de Cubilche 	<ul style="list-style-type: none"> • Parque Cónдор • Lago San Pablo 			<ul style="list-style-type: none"> • Reserva Ecológica Cotacachi - Cayapas 	<ul style="list-style-type: none"> • Laguna de Puruhanta
Aventura	<ul style="list-style-type: none"> • Ciclismo de montaña • Parapente • Escalada • Natación • Slalom • Esquí acuático • Rafting 	<ul style="list-style-type: none"> • Ciclismo de montaña • Cabalgatas • Escalada • Velerismo • Natación • Slalom • Esquí acuático 		<ul style="list-style-type: none"> • Cabalgatas • Pesca deportiva 	<ul style="list-style-type: none"> • Ciclismo de montaña • Cabalgatas • Escalada • Rafting 	<ul style="list-style-type: none"> • Ciclismo de montaña • Coches de madera
Cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Fiestas indígenas. • Artesanías 	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado Indígenas • Medicina herbolaria • Shamanismo • Fiestas indígenas • Artesanías 	<ul style="list-style-type: none"> • Artesanías 	<ul style="list-style-type: none"> • Artesanías 	<ul style="list-style-type: none"> • Fiestas indígenas • Artesanías 	<ul style="list-style-type: none"> • Artesanías
Rural	<ul style="list-style-type: none"> • Haciendas históricas • Turismo Rural 	<ul style="list-style-type: none"> • Haciendas históricas • Turismo Comunitario 	<ul style="list-style-type: none"> • Haciendas históricas • Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Haciendas históricas • Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Haciendas históricas • Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Haciendas históricas • Turismo Rural

		<ul style="list-style-type: none"> • Turismo medicinal 	Turismo Rural	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo medicinal 	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo medicinal 	
Aviturismo	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de aves 	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de aves 		<ul style="list-style-type: none"> • Observación de aves 	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de aves 	
Gastronomía	<ul style="list-style-type: none"> • Tortillas de maíz • Nogadas • Arrope de mora • Helados de paila • Empanadas de morocho • Caldos de gallina criolla 	<ul style="list-style-type: none"> • Mondongo • Tortillas de maíz • Chicha de Yamor y Jora 	<ul style="list-style-type: none"> • Fritadas • Cuyes asados 	<ul style="list-style-type: none"> • Tortillas de tiesto • Habas con melloco • Cordeiro asado 	<ul style="list-style-type: none"> • Carnes coloradas • Mondongo • Chicha de Yamor y Jora 	
Rutas	<ul style="list-style-type: none"> • Paisaje de los bordados • Tren de la Libertad • Valle del Chota 			<ul style="list-style-type: none"> • Tren de la Libertad 		

Fuente: MINTUR 2010
 Elaboración: Guzmán A; Herrera E. (2012)

2.1.4. Demanda de Imbabura

En cuanto a la demanda, tomando como referencia lo indicado anteriormente, el proceso de desarrollo de la actividad turística en la provincia de Imbabura ha estado desde hace algunos años y de forma continua centralizada en los cantones de Otavalo y Cotacachi, los cuales han sido principalmente puntos receptivos para el turismo extranjero.

Según el Ministerio de Turismo (2010), de lo cual se puede referir, según el análisis de estadísticas de turismo elaboradas en los últimos años en diferentes sitios turísticos de la provincia, que Otavalo es el destino turístico más visitado, seguido de la ciudad de Cotacachi e Ibarra. Otavalo como cantón acapara aproximadamente el 60% del turismo que se realiza en la provincia. En este último ámbito, cabe destacar que el turismo receptor en nuestro país ha decrecido en el 2010, dado por una variación del 5% en relación al año 2009, y por ello Imbabura también se ha visto afectado por este fenómeno.

Ante este escenario, es necesario señalar que el turismo interno está aumentando progresivamente a nivel nacional, al punto que en nuestra provincia está creciendo continuamente y según este diagnóstico atesora más del 56% en relación al total de turistas que arriban hacia la provincia de Imbabura.

Cabe destacar la importancia que tiene la ubicación geográfica de la provincia de Imbabura, ya que se encuentra a una distancia relativamente corta de la ciudad de Quito, principal centro de operaciones del turismo receptivo y de los tour operadores del Ecuador y también principal mercado generador de turismo interno para la Sierra Norte. A esta ventaja

se suma la excelente accesibilidad a las principales ciudades y atractivos turísticos de la provincia a través de la vía Panamericana Norte. Esta vía de primer orden conecta tres puntos ejes en el norte del país: Quito, Otavalo y Tulcán; actualmente está en buenas condiciones y tiene buena afluencia de transporte público.

Con relación a éste ámbito, existe también una amplia red de caminos de segundo y tercer orden en las zonas rurales, que permiten llegar en vehículo a casi todos los atractivos sin mayor dificultad y durante todo el año. Estos aspectos juegan un rol muy importante para desarrollar turismo en forma creciente y exitosa. Estas circunstancias han hecho que la visita al corredor turístico Quito-Otavalo - Cotacachi - Cuicocha - San Antonio de Ibarra sea prácticamente obligatorio para todo turista extranjero que visita el Ecuador y para muchas familias de turistas ecuatorianos que salen por un fin de semana desde la capital o cualquier otra parte del país.

Por otro lado, la cercanía a la frontera colombo-ecuatoriana es otro factor que tiene mucha relación con la potencialidad de la zona: el más importante mercado regional emisor de turismo hacia el Ecuador es Colombia, y la provincia de Imbabura es un paso obligado para los colombianos, cuyos principales destinos son Quito y la Costa Ecuatoriana. Según cifras oficiales, la frontera norte es la segunda puerta de entrada al país en importancia por cantidad de personas registradas después de Quito.

2.1.5. Situación actual de Salinas

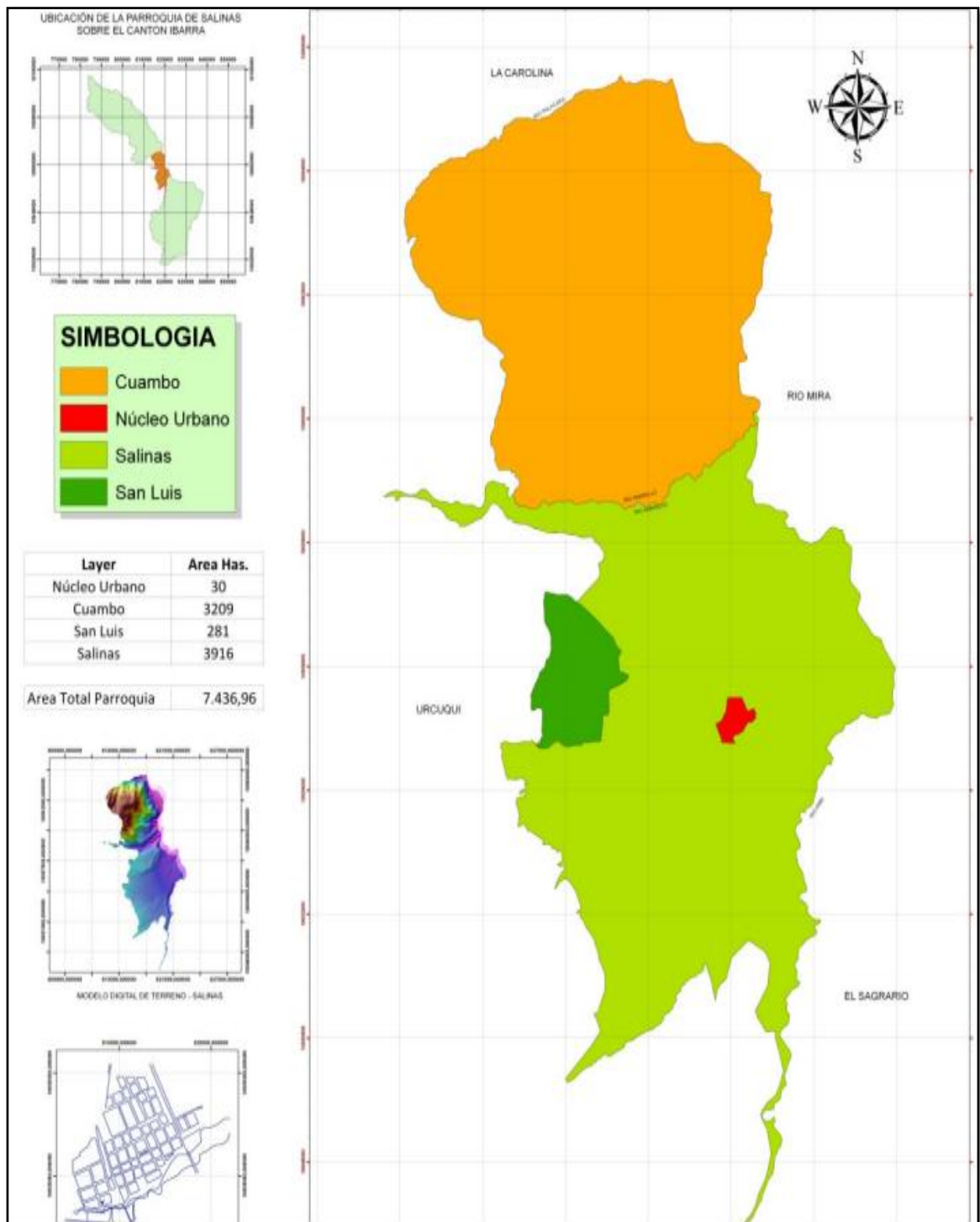
2.1.5.1. Situación geográfica:

Salinas parroquia rural, perteneciente al Cantón San Miguel de Ibarra en la Provincia de Imbabura, se ubica a 5.80 Km. al norte de la capital provincial. La cabecera parroquial consta con de las siguientes coordenadas geográficas:

0°29' 36,67" de latitud norte y 78° 7' 53,25" de longitud oeste.

Salinas posee una superficie de 39,67 Km² y de acuerdo a su topografía, aproximadamente se encuentra entre los 1400 y 1860 m.s.n.m., y la Cabecera parroquial se encuentra aproximadamente a 1700 m.s.n.m.

Ilustración 2: Ubicación geográfica de Salinas



Fuente: Ilustre Municipio de Ibarra
 Elaboración: Plan de Desarrollo Parroquial Salinas

2.1.5.2. Delimitación

La Parroquia de Salinas limita al Norte, con las parroquias de Juan Montalvo y Carolina de los Cantones Mira e Ibarra respectivamente, al Sur con la cabecera cantonal del Cantón Urcuquí, al Este, con la delimitación territorial de las cabeceras cantonales de Ibarra y Mira, además con la parroquia de Juan Montalvo, y al Oeste, con las parroquias de Pablo Arenas y Tumbabiro del Cantón San miguel de Urcuquí.

2.1.5.3. Distribución política administrativa

En Salinas existen organizaciones sociales distribuidas en:

- a. 3 comunidades (Cuambo, San Luis y Salinas – centro poblado).
- b. 6 barrios (Barrio San Luís, La Esperanza, La Floresta, Central, San
- c. Martín y San Miguel)
- d. Organizaciones religiosas (comunidad católica, y Puente de Amor –
- e. evangélica)
- f. 1 asociación de cañicultores
- g. Asociaciones de orden social y cultural.

2.1.5.4. Síntesis histórica

Salinas puerta de entrada al Pacífico, creada como parroquia rural del Cantón Ibarra, es poseedora de una riqueza histórica y cultural sumamente atractiva.

La Fundación de Salinas fue mediante decreto del Libertador Simón Bolívar, Presidente de la Gran Colombia, el 24 de Junio de 1824.

Antiguamente, en forma empírica los moradores se dedicaban a la explotación de sal, al cultivo de algodón y hoy a la caña de azúcar.

Salinas, lleva este nombre por ser un sitio donde han existido varias minas de sal que eran una fuente de subsistencia en tiempos anteriores para sus pobladores.

La denominaron Santa Catalina de Salinas, gracias a la llegada de la Patrona conocida como la Sra. Catalina Ranguel, quien aportó para que este pueblo empiece a surgir, fue así que la primera iglesia fue creada en los terrenos de la mencionada Señora.

2.1.5.5. Hidrografía

La parroquia de Salinas, está limitada por los ríos Ambi al sur y Chota al este, el primero de estos ríos a más de servir como límite parroquial es utilizado como referencia de límite cantonal entre Ibarra y Antonio Ante, y el río Chota, es utilizado como límite provincial entre Imbabura y Carchi.

En la parroquia de Salinas, se encuentra el río Palacara, el cual desemboca en el río Mira, y tiene una longitud de 14,28 Km., formado por 3 quebradas, y fluye en dirección oeste - este, además en esta parroquia encontramos 4 quebradas, las mismas que confluyen en el río Chota.

2.1.5.6. Clima

La parroquia de Salinas presenta un clima cálido seco en toda la parroquia, el mismo que se encuentra desde la zona más baja hasta la más alta; posee una pluviosidad máxima de 650 mm, su temperatura promedio anual máxima es de 33°C y una mínima de 12°C. El centro poblado presenta un clima cálido seco, con una temperatura media aproximada de 19°C y una pluviosidad de 312 mm.

2.1.5.7. Flora y fauna

Esta zona se la puede identificar fácilmente por la presencia de: Faique, de copa aparasolada, el Guarango, Jorupe, ejemplares aislados de Palo Santo, Molle, Cardo, Tuna, Cabuyo Negro, Mosquero y Sábila.

Entre las especies de fauna más representativa existen mayormente aves como: Tórtola, Cuturpilla, Changón, Quilico, Pájaro ocioso, Pájaro colorado, Pájaro rojo.

2.1.5.8. Suelos

El terreno es arenoso y salitroso, permeable permite que el agua penetre a las capas más profundas del suelo, debido a que sus partículas no tienen capacidad para retenerla. Son tierras fáciles de trabajar por ser livianas y suaves lo que ayuda para que las raíces penetren fácilmente con el aire, agente importante de oxidación y fermentación de vida a microorganismos de subsuelo, penetran al interior de la tierra para la descomposición rápida de la materia orgánica. El uso actual del suelo mayormente está dado por el Cultivo de caña de azúcar (Cñ): Esta área

se encuentra cultivada en su totalidad por cañaverales, que representa una superficie de 2326,438 has equivalentes al 58,718% de la superficie total.

2.1.5.9. Asociaciones

Tabla 4: Asociaciones de Salinas

NOMBRE	ACTIVIDAD	PRODUCTO
ASOCIACIÓN DE MUJERES	Textil	Elaboración de carteras y bolsos, trabajan conjuntamente con la asociación de estampados.
ASOCIACIÓN DE MUJERES SANTA CATALINA	Comestibles	Elaboración de dulces, piña colada, mermeladas chocolates.
ASOCIACIÓN DE JOVENES	Textil	Estampado de camisetas
FUNDACIÓN	Museos/Restaurant e	Intelectual, gastronómico

*Fuente: Plan de Desarrollo Parroquial Salinas
Elaboración: Guzmán A; Herrera E. (2012)*

2.1.5.10. Atractivos turísticos

Tabla 5: Atractivos turísticos de Salinas

ELEMENTO	CATEGORIA	TIPO
MUSEO DE SAL	Manifestaciones Culturales	Museos
MUSEO ETNOGRAFICO	Manifestaciones Culturales	Museos
HACIENDA PALACARA	Manifestaciones Culturales	Lugares Históricos
HACIENDA LA CONDAL	Manifestaciones Culturales	Lugares Históricos
HACIENDA PICHINBUELA / LA VICTORIA	Manifestaciones Culturales	Lugares Históricos
HACIENDA CUAJARA	Manifestaciones Culturales	Lugares Históricos
ESTACIÓN HOJA BLANCA	Manifestaciones Culturales	Obras de arte y técnica / lugares históricos
ESTACIÓN SALINAS	Manifestaciones Culturales	Lugares históricos
PARQUE CENTRAL	Manifestaciones Culturales	Parques y plazas
FIESTAS DE LA VIRGEN DE LAS LAJAS	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones y creencias religiosas
COMUNIDAD TULQUIZAN	Manifestaciones Culturales	Arquitectura popular
IGLESIA DE SALINAS	Manifestaciones culturales	Manifestaciones y creencias religiosas
CENTRO PALENQUE	Folklore	Comidas y bebidas típicas
FIESTA MONTE CALVARIO	Folklore	Manifestaciones y creencias religiosas
LA BOMBA/ GENERO MUSICAL	Folklore	Música y danza

Fuente: Plan de Desarrollo Parroquial Salinas
Elaboración: Guzmán A; Herrera E. (2012)

2.1.6. Señalización turística

Para Tacón (2004), la señalética se refiere a los carteles, señales o marcas necesarias para orientar al usuario durante su recorrido, pudiendo además entregar información acerca de elementos atractivos o destacables, sobre la duración del recorrido, altitud (msnm), distancia a puntos de interés o descripción de flora y fauna.

La señalización turística busca usar signos gráficos para orientar el flujo de personas en un lugar determinado e informa de los servicios disponibles, los identifica y regula para una mejor accesibilidad y seguridad.

El Manual de Señalización Turística Nacional MITUR (2008), con el fin de proveer al país de una herramienta técnica y funcional, estableció un documento que unifique criterios y símbolos para el rescate de los atractivos culturales y naturales, además de destacar los servicios directos y complementarios para la actividad turística.

2.1.6.1. Elementos

a. Señal

Señalar con cosas es un modo de señalización, hacer señales con cosas es otra forma de señalar.

Es una imagen, gráfica, representa de una cosa, cosa que revela existencia de otra; todo signo para acordarse de algo; una imagen es una

herramienta del diagrama que sirve para mostrar datos para una rápida comprensión.

b. Rótulo

Puede ser definido como letrero o inscripción con que se identifica el contenido, objeto, características, uso, restricción, normas, etc.

c. Mensaje

Conjunto de señales, signos o símbolos, por medio de los cuales se transmite información de algo o alguien.

El mensaje debe ser atractivo, breve, claro: logrando mantener su interés y asegurar la comprensión de lo que se desea comunicar y en algunas circunstancias causar alguna acción específica en el comportamiento del visitante.

2.1.6.2. Tipos

a. Señalización dinámica

Es la señalización específicamente para vehículos y se divide en:

Señalización de carreteras

Sirve para llamar la atención y dirigir al turista o visitante hacia un destino turístico, que normalmente requiere un desplazamiento rodado para llegar a él; por lo q en este sentido se debe distinguir entre un recurso o destino concreto y un recurso o destino de amplio ámbito.

Señalización Urbana (en el interior de las poblaciones)

Sirve para orientar al visitante que intenta localizar un destino concreto dentro de una localidad de cierta importancia, siendo muy variadas las características de la información a suministrar (oficinas de turismo, monumentos, instalaciones deportivas, lugares de interés, aeropuerto, universidad, ayuntamiento, correos y telégrafos, miradores, etc.).

b. Señalización estática

Señalización informativa

Su función es dar a conocer con detalles los principales elementos de interés de una zona, escenario común, etc.

Señalización direccional

Se trata de una señalización diseñada a base de flechas, su función es dirigir y encaminar a los visitantes de un lugar a otro.

2.1.7. Accesibilidad para personas con movilidad reducida

Turismo Accesible y Turismo para Todos son dos términos usados para hacer realidad una oferta que pueda permitir a las personas con movilidad reducida, ser turistas con todos sus derechos, sin importar imagen, edad, o cualquier circunstancia personal que afecte a su capacidad de movilidad.

Se estima que alrededor del 14% de la población está conformada por personas de edad avanzada y según la ONU, para el año 2050 el 21% de la población mundial será de más de 60 años (equivalente a 2000 millones de personas). Siendo los países europeos los que concentran la mayor cantidad de personas de edad avanzada, siendo Europa un importante emisor de turistas que visitan el Ecuador, queda claro el potencial y beneficio económico para el país.

De ahí, que la práctica del turismo en este grupo social importante se ha encontrado con dificultades sustanciales que han generado que se limite el disfrute del tiempo libre no sólo del individuo con movilidad reducida, sino también de su entorno inmediato, esto es la familia y amigos que lo asisten, razón por la que constituye un segmento poblacional que requiere sean cubiertas sus necesidades de accesibilidad a todos los servicios de oferta turística en forma urgente, y de prestación de servicios.

2.1.7.1. Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2 292

La accesibilidad a los diferentes medios de transporte es un elemento esencial para que las personas con movilidad reducida puedan integrarse plenamente en la actividad turística.

La legislación y normativa al respecto son piezas claves para que la consecución de dicho derecho sea algún día una realidad. Sin embargo, tal y como se reconoce desde diferentes ámbitos, se trata de una de las asignaturas pendientes en nuestro país. Para lo cual ésta norma establece los requisitos generales que se deben cumplir.

Los diferentes tipos de transporte: terrestre, aéreo, férreo, marítimo - fluvial y multimodal, han sido creados en función de las necesidades del usuario, por lo que deben cumplir con lo siguiente:

- a. Permitir el acceso de las personas con movilidad reducida y su ubicación física exclusiva dentro del mismo.
- b. Disponer de un área exclusiva para las personas con movilidad reducida, y contar con la correspondiente señalización que permita a estas guiarse con facilidad.
- c. Cumplir con las normas técnicas establecidas para el diseño de los espacios físicos de accesibilidad y su adecuada señalización, con la finalidad de permitir que las personas con movilidad reducida, logren integrarse de manera efectiva al medio físico.

El Ecuador cada vez se encuentra más inmerso en este cambio positivo, por estar adherido en la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, que en su Art. 30, de la participación en la vida cultural, las actividades recreativas, el esparcimiento y el deporte, en el cual al tenor de su literal c) menciona que el Estado deberá: “asegurar que las personas con discapacidad tengan acceso a instalaciones deportivas, recreativas y turísticas”. El proyecto contempla dar cumplimiento con en el Plan Nacional del Buen Vivir, que refleja la inclusión de personas con discapacidad en los objetivos siguientes:

- a. Auspiciar la igualdad, la cohesión y la integración social y territorial en la diversidad.
- b. Mejorar la calidad de vida de la población.
- c. Construir y fortalecer espacios públicos interculturales y de encuentro común.

Seguido de los Objetivos Estratégicos

4.1 respecto a generar oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructura, equipamientos, facilidades, servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales.

Además determinada en 4.2 numeral 7 política de Estado para el Turismo Sostenible del Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador 2020 (PLANDETUR 2020) la democratización del ocio como derecho humano.

2.1.8. Producto turístico

Según Ogando, et;al (2006) los productos turísticos están formados por un agregado de infraestructura, equipamiento, servicios públicos, servicios turísticos y valores y atributos de imagen, que ofrecen en un determinado territorio y que el turista conforma y consume libremente, de acuerdo a sus necesidades y preferencias. La competitividad de un producto turístico está condicionada por la competitividad agregada de todos sus componentes.

Por lo tanto el producto turístico, es un conjunto de bienes y servicios que pretenden satisfacer las necesidades del turista en razón de las múltiples actividades y servicios de calidad.

De igual manera, para Luque (2009) el Producto Turístico está constituido por el conjunto de aspectos tanto naturales y culturales como estructurales que hacen de un lugar un atractivo para su visita. La primera parte del producto turístico la constituyen los servicios creados para facilitar la permanencia del hombre en los lugares distantes al habitual. En la otra parte tratamos de estudiar aquellos elementos naturales y culturales que por sus características propias poseen lo necesario para que individuo pueda satisfacer plenamente sus actividades y motivaciones turísticas.

Entonces, el Producto Turístico es una composición de varios factores: el natural, el cultural y el estructural, permitiendo que las zonas sean aptas para satisfacer las necesidades del visitante y creados específicamente para liberar a los visitantes de la rutina de su lugar de residencia.

La responsabilidad de la actividad turística sobre el espacio que aprovecha para sus beneficios es muy grande. La sustentabilidad como modelo de desarrollo para la comunidad local debe regir por sobre los intereses personales, privados y puramente económicos.

El turismo es considerado mundialmente como una alternativa de desarrollo y por ello es apetecido por ciertos sectores de la actividad económica, según el tipo de Producto Turístico que se oferte, ya que actualmente el Turismo es la razón más exigente que necesita optar por novedosos Productos Turísticos que satisfagan sus necesidades.

Cuando un turista compra un producto turístico compra un producto que está sustentado en lo que se denomina la "oferta turística" de un país (región) y esta oferta se fundamenta en el "patrimonio turístico" de un país (región). Pero el producto no solo tiene características o atributos atendiendo a su fabricación industrial, pues al satisfacer una necesidad humana el producto tiene atributos de orden psicológico y sociológico. Entonces al diseñar el producto, no se puede hacer una definición objetiva del mismo sino que hay que hacerlo pensando en el turista, utilizando su visión.

Machado (2009), nos explica que después de realizar el diagnóstico, se confecciona una matriz donde se analizan los atributos del producto en relación con los requerimientos básicos de los segmentos seleccionados para su diseño. Se establece si el concepto del producto corresponde a los requerimientos del mercado.

Para que toda la oferta turística tenga su verdadero valor, es necesario predeterminar un conjunto de planes estratégicos para conseguir un desarrollo total del turismo.

2.1.9. Planes de turismo

Para Barco, et;al (2008) el plan de turismo es un instrumento que permite prever y organizar las actividades de un proceso que se desarrollara durante un tiempo estimado. Los planes presentan los objetivos de una organización y establecen los procedimientos idóneos para alcanzarlos; además son la guía para que la organización obtenga y comprometa los recursos que se requieren para alcanzar los objetivos.

Es decir son herramientas que consolidan el conjunto de acciones requeridas para corregir las desviaciones encontradas en el Sistema de Control Interno, en el direccionamiento estratégico, en la gestión y resultados de la entidad pública.

Según Evans, et; al (2008) la finalidad de los planes de mejoramiento es desarrollar una cultura organizacional orientada al mejoramiento permanente de su función, efectuando las acciones correctivas en las políticas y en los distintos procesos y procedimientos propios de la gestión pública de manera oportuna, a fin de garantizar el buen uso de los recursos públicos y una eficiente prestación del servicio que le ha sido encomendado.

En consecuencia los planes de mejoramiento consolidan las acciones de mejoramiento derivadas de la autoevaluación, de las recomendaciones

generadas por la evaluación independiente y de los hallazgos del control fiscal.

2.1.7.1. Características de un Plan

Barco, et; al (2008) asegura que la planificación es un proceso para establecer metas y un curso de acción adecuado para alcanzarlas. Implica que los administradores de una organización piensen con antelación en sus metas y acciones y que basan sus actos en algún plan o lógica y no en corazonadas, para lo cual es primordial tomar en cuenta las características descritas a continuación:

- a. **Personal.-** Porque tiene que adaptarse a cada persona según sus necesidades, dificultades, motivaciones, metas, actitudes y posibilidades.
- b. **Realista.-** Ya que es importante que un plan se adapte a la realidad y no se realice de una manera idealista.
- c. **Flexible.-** Debido a que es necesario que se pueda modificar según las circunstancias.
- d. **Práctico.-** Porque deberá ser fácilmente evaluable y que se pueda someter a una continua revisión.

Para el mejoramiento de los planes se requieren los que se cita a continuación:

- a. Organización para el mejoramiento.
- b. Comprensión del proceso.
- c. Modernización.
- d. Mediciones y controles.
- e. Mejoramiento continuo.

Los cinco puntos tratados anteriormente por los autores ya nombrados dan paso a diferentes etapas esenciales para el mejoramiento de dichos planes:

a) Involucramiento.- Si desde el inicio y durante todo el proceso no se involucra a todo el personal, el compromiso y la participación activa desde la alta gerencia hasta los trabajadores, no se podrá llevar a cabo la siguiente etapa.

b) Diagnóstico.- El diagnóstico llevará implícito la medición de los resultados a través de indicadores de productividad y de los factores inhibidores con el fin de ver la influencia de estos factores en la productividad.

c) Estrategia de solución.- Se debe trazar la estrategia a seguir de forma colectiva para seguir el camino correcto enfocado hacia la solución a los problemas diagnosticados.

d) Instrumentación.- Se basa en la aplicación de la estrategia elaborada en la etapa anterior.

e) Evaluación y ajuste.- Esta etapa consiste en la evaluación de la instrumentación y la valoración de los estados deseados con los reales a fin de asegurar la productividad sostenida y el inicio de un nuevo ciclo con niveles superiores a los actuales como muestra de mejoramiento permanente.

Una vez concluida la última etapa de mejoramiento es primordial tomar en cuenta los elementos, mismos que son los pilares fundamentales para establecer en que sectores es necesario aplicar un plan de mejoramiento.

2.1.7.2. Elementos de mejoramiento

www.elementosdeunplan.com, establece los principales elementos inmersos en el proceso de mejoramiento:

a) El plan de mejoramiento institucional.- Se realiza a dos niveles, dependiendo del aspecto que se valide. El primero se orienta a verificar el;

b) Cumplimiento de los compromisos realizados por la administración de diseñar e implementar dichas acciones; el segundo, se relaciona con la calidad, al validar la eficiencia y eficacia de las acciones emprendidas, lo que significa que no sólo se evalúa el diseño e implementación de las acciones señaladas en el Plan de Mejoramiento Institucional, sino que verifica que efectivamente se impacte la gestión de la entidad y el Sistema de Control Interno.

c) Plan de mejoramiento funcional.- Constituye los planes administrativos que contienen las acciones de mejoramiento a nivel de los procesos y de las áreas responsables, que han de adelantarse para fortalecer su desempeño y funcionamiento en procura de los objetivos institucionales.

Para su diseño se requiere la definición de un programa de realización, la aprobación por parte del Comité de Coordinación de Control Interno, Comité de Auditoría o quien haga sus veces y del nivel directivo responsable.

d) Plan de mejoramiento individual.-Debe ejecutar cada uno de los servidores públicos en un marco de tiempo y espacio definidos, mejorando las actividades y/o tareas bajo su responsabilidad y

propiciando con ello el mejoramiento de los procesos, los macro procesos y los resultados del área a la cual pertenecen.

Su orientación específica es al mejoramiento del servicio público y su incidencia en el desempeño de los procesos y del área o dependencia a la cual se encuentran asignados.

2.1.7.3. ¿Por qué Mejorar?

Para Moreno (2008), el mercado de los compradores de hoy "el cliente es el rey", es decir, que los clientes son las personas más importantes en el negocio y por lo tanto los empleados deben trabajar en función de satisfacer las necesidades y deseos de éstos. Son parte fundamental del negocio, es decir, es la razón por la cual éste existe, por lo tanto merecen el mejor trato y toda la atención necesaria.

La competencia en la actualidad ofrece al cliente una amplia y variada gama de productos, motivo por el cual dichos productos y servicios deben seguir una línea de innovación y distinción, ya que el consumidor es más exigente a medida que evoluciona el turismo.

2.1.7.4. Ciclo de Mejoramiento

El proceso de mejoramiento es un medio eficaz para desarrollar cambios positivos que van a permitir ahorrar dinero tanto para la empresa como para los clientes, ya que las fallas de calidad cuestan dinero, dicho proceso debe ser progresivo y continuo y debe incorporar todas las actividades que se realicen en la empresa a todos los niveles.

Este proceso implica la inversión en nuevas maquinaria y equipos de alta tecnología más eficientes, el mejoramiento de la calidad del servicio a los clientes, el aumento en los niveles de desempeño del recurso humano a través de la capacitación continua, y la inversión en investigación y desarrollo que permita a la empresa estar al día con las nuevas tecnologías.

2.1.7.5. Actividades Básicas de Mejoramiento

En todo el ciclo de mejoramiento están involucradas diferentes actividades, las cuales integran a todos los actores que forman la empresa, siendo una responsabilidad compartida de acuerdo a los diferentes rangos.

Villacís (2004) sugiere diez actividades de mejoramiento que deberían formar parte de toda empresa, sea de gran magnitud o pequeña:

a) Compromiso de la Alta Dirección: El proceso de mejoramiento debe comenzarse desde los principales directivos y progresa en la medida al grado de compromiso que éstos adquieran, es decir, en el interés que pongan por superarse y por ser cada día mejor.

b) Consejo Directivo del Mejoramiento: Constituido por un grupo de ejecutivos de primer nivel, quienes estudian el proceso de mejoramiento productivo y buscan adaptarlo a las necesidades de la empresa.

c) Participación Total de la Administración: El equipo de administración es un conjunto de responsables de la implantación del proceso de mejoramiento, eso implica la participación activa de todos los ejecutivos y supervisores de la organización.

d) Participación de los Empleados: Cuando el equipo de administradores esté capacitado, se darán las condiciones para involucrar a los empleados incluidos el gerente o supervisor de cada departamento, quien es responsable de adiestrar a sus subordinados, empleando las técnicas que él aprendió.

e) Participación Individual: Se desarrollara sistemas que brinden a todos los individuos los medios para que contribuyan, sean medidos y se les reconozcan sus aportaciones personales en beneficio del mejoramiento empresarial.

f) Equipos de control de los procesos: Toda actividad que se repite es un proceso que puede controlarse, por ello se elaboran diagramas de flujo de los procesos, después se le incluyen mediciones, controles y bucles de retroalimentación. Para la aplicación de este proceso se debe contar con un solo individuo responsable del funcionamiento completo de dicho proceso.

g) Actividades con Participación de los Proveedores: Para el éxito del proceso de mejoramiento se debe tomar en cuenta a las contribuciones de los proveedores.

h) Aseguramiento de la Calidad: Los recursos deberán reorientarse hacia el control de los sistemas que ayudan a mejorar las operaciones y así evitar que se presenten problemas.

i) Planes de Calidad a Corto Plazo y Estrategias de Calidad a Largo Plazo: Esto deberá llevarse a cabo para asegurar que todo el grupo administrativo comprenda la estrategia de manera que sus integrantes puedan elaborar planes a corto plazo detallados, que aseguren que las actividades de los grupos coincidan y respalden la estrategia a largo plazo.

j) Sistema de Reconocimientos: Existen dos maneras de reforzar la aplicación de los cambios deseados: castigar a todos los que no logren hacer bien su trabajo todo el tiempo, o premiar a todos los individuos y grupos cuando alcancen una meta que aporte al proceso de mejoramiento.

Todas estas actividades están ligadas directamente al cumplimiento de objetivos, para posteriormente continuar con la siguiente fase que es lanzar el producto al mercado y principalmente al segmento al que se dirige nuestro producto o servicio turístico.

2.1.10. Marketing Turístico

Para Casado, A.B. y Sellers, R. (2010), es un sistema integrado de actividades especializadas de la administración de negocios, cuya finalidad es identificar y satisfacer las necesidades y los deseos del consumidor y alcanzar la meta corporativa de la rentabilidad.

Vale decir entonces que el marketing turístico es un concepto que si bien parece ser restringido al turismo, abarca un mundo muy amplio dentro de este: alojamiento, agencias de viajes, transporte, espectáculo, restaurantes, guías, traductores, tours, parques, museos, entre otros. Sin contar instituciones públicas que difunden y fomentan un destino turístico, lo que da a entender es que es un sistema integrado de actividades especializadas de la administración de negocios, cuya finalidad es identificar y satisfacer las necesidades y los deseos del consumidor y alcanzar la meta corporativa de la rentabilidad.

Dentro de este complejo universo, podríamos delinear básicamente el concepto de marketing turístico a través de algunas características que son:

- a. El intercambio de información con el turista.
- b. Consultar tarifas.
- c. Hacer reservas.
- d. Realizar pagos.
- e. Consultar e informarse acerca del destino y sus atracciones turísticas.
- f. Consultar los niveles de ocupación.
- g. Consultar las características de las posibles opciones de alojamiento.
- h. Mayor segmentación o propuestas turísticas.
- i. Estar constantemente informado acerca de promociones, nuevos paquetes, destinos, medios de acceso y alojamientos por medio de boletines electrónicos.

Los autores antes mencionados nos explican que el papel del marketing en la actualidad es fundamental en todas las facetas de la sociedad. Por una parte, los consumidores y usuarios buscan satisfacer sus necesidades y, por otra, las empresas y ofertantes en general, tratan de conseguir tres objetivos:

1. Beneficio monetario (diferencia de los ingresos y los gastos durante un periodo de tiempo determinado) y no monetario (consecución de un fin social);
2. Continuidad. El desarrollo de una actividad se espera que se realice a lo largo del tiempo de manera estable; y
3. Creación de riqueza para la sociedad

Por lo tanto, la aplicación de los principios del marketing en el turismo no es una excepción, en este sentido, para la consecución de tales objetivos, las empresas y destinos turísticos necesitan informarse programar e implementar estrategias de marketing; ello les permite tomar decisiones básicas, desde que cliente es el más adecuado para un establecimiento, hasta cómo se va a comunicar con los mismos, pasando por la identificación de la configuración del producto adecuado, entre otros.

La American Marketing Association, (2007). Explica que el marketing se puede definir como la actividad, conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tengan valor para los clientes, socios y la sociedad en general.

No obstante, el modo en que las organizaciones han aplicado el marketing ha ido cambiando a lo largo del tiempo, en la actualidad el marketing ejecuta pautas de acción a un nivel más concreto, mediante las denominadas cuatro P's del marketing mix: producto, precio, distribución y comunicación.

2.1.8.1. Marketing Mix

El marketing mix también es denominado como las 4 P's, mezcla de marketing, mezcla de mercadotecnia o mix comercial.

El marketing está compuesto por cuatro variables o elementos que le permiten a la compañía direccionar su actividad económica, partiendo de las necesidades de los consumidores. Estas variables son:

- a. El producto/servicio.
- b. La plaza/distribución
- c. El precio.
- d. La promoción

2.1.8.2. Producto/servicio

Ilustración 3: Variables del Marketing Mix



Fuente: American Marketing Association, (2007)

Según la obra de Armstrong, G. (2009), la cual define al producto como una herramienta diseñada para beneficio del cliente, especifica que hay que tomar en cuenta los atributos funcionales, eficaces y psicológicos que van a formar el concepto que el cliente va a percibir y que son muy importantes.

Es importante resaltar las características, atributos y beneficios de los productos debido a que permite la identificación de éstos en un determinado mercado, la diferenciación de la competencia y el logro de un posicionamiento de marca, para lo cual es importante conocer el ciclo de vida que tiene un producto o servicio y se divide en cuatro etapas:

- a. Introducción.
- b. Crecimiento.
- c. Madurez.
- d. Declive.

Una empresa de turismo puede ofrecer un producto, un servicio o la combinación de éstos, para satisfacer los deseos y/o necesidades de su segmento de mercado, cuyo objetivo es poner un producto determinado a disposición del consumidor final en la calidad demandada, en el momento en que lo necesita y en el lugar donde desea adquirirlo, cabe recalcar que todo este proceso requiere de un estudio previo del mercado.

2.1.8.3. Plaza

Como señala Santesmases, M. (2007), también se le conoce con el nombre de distribución. Incluye los canales intermediarios que se usarán para que el producto llegue al consumidor final, que puede ser a través de mayoristas, minoristas, detallistas, agentes, distribuidores, entre otros.

La generalización usual que se hace sobre distribución del servicio es que la venta directa es el método más frecuente y que los canales son cortos. La venta directa ciertamente es frecuente en algunos mercados de servicios, pero muchos canales de servicios contienen uno o más intermediarios. Sería incorrecto decir que la venta directa es el único

método de distribución en los mercados de servicios. Los intermediarios son comunes. Algunos de estos intermediarios asumen sus propios riesgos; otros realizan funciones que cambian la propiedad y otros realizan funciones que permiten el movimiento físico.

Es necesario recalcar que el producto debe estar al alcance del consumidor en el momento que lo necesite, por lo cual es indispensable tener definidos los puntos estratégicos en los que se comercializará. En estos tiempos de marketing online o a través del móvil, hay que estudiar atentamente la conveniencia del consumidor en su traslado para adquirir bienes o servicios más que en los canales más fáciles o convenientes para la empresa, ya que el canal de distribución aporta una utilidad de tiempo, lugar, estado y posesión.

2.1.8.4. Precio

Para Cuadro, M. (2005), el precio es el valor que deben pagar por un producto los clientes. Se determina partiendo de la realización de una investigación de mercados, a través de la cual se identifica la demanda que tiene el producto, los precios de la competencia, el poder adquisitivo de los compradores, las tendencias actuales, los gustos del mercado meta, entre otros factores.

El precio, para los responsables de Marketing, tiene una gran importancia debido a diversas razones tales como:

a) Es un instrumento a corto plazo con el que se puede actuar con una rapidez y flexibilidad superior a la de otros instrumentos del Marketing además de tener unos efectos inmediatos sobre las ventas y beneficios.

b) Poderoso instrumento competitivo en un mercado en el que existan pocas regulaciones.

c) Único instrumento que proporciona ingresos ya que los restantes instrumentos de Marketing suponen un gasto.

d) Tiene importantes repercusiones psicológicas sobre el consumidor o usuario.

e) Única información disponible en muchas decisiones de compra, convirtiéndose en un valioso indicador de la calidad del producto, del prestigio o imagen de la marca o de la oportunidad de compra.

De esta manera, los indicadores mencionados anteriormente son factores influyentes al momento de definir el precio de un producto, las organizaciones deben tener en su plan de marketing establecidos la forma de pago, los descuentos, los recargos, entre otros elementos referentes al precio que ofrecerá a sus clientes por los productos o servicios turísticos que oferta.

2.1.8.5. Promoción

Como lo destaca Sierra, A. (2002), uno de los principales propósitos de la promoción es difundir información. Permitirles a los compradores potenciales enterarse de la existencia del producto, de su disponibilidad y de su precio. Otra finalidad de la promoción es la persuasión.

Todos los días las empresas bombardean al mercado con miles de mensajes, con la esperanza de atraer más compradores y crear mercados a los nuevos productos. Ante la competencia tan intensa por captar la atención del público, hasta las empresas bien establecidas en el

mercado se ven obligadas a recordarles a los consumidores que su marca para que no la olviden.

Es sumamente difícil establecer los presupuestos promocionales, porque los gerentes no cuentan con normas confiables para calcular cuánto invertir en la publicidad o en la venta personal y cuanto del presupuesto total deben asignar a cada elemento de la mezcla promocional. Por ello, en vez de un método universal de establecer el presupuesto promocional, hay cuatro métodos comunes de presupuesto promocional:

1. Porcentaje de las ventas
2. Todos los fondos disponibles
3. Seguir la competencia
4. Presupuesto por función u objetivo

Como conclusión, es fundamental dar la debida importancia a los procesos tanto creativos de la propaganda como los de distribución y que tienden a fundirse según se estudien en la parte de publicidad o de la plaza. Por último la evidencia física se trata también a nivel de la plaza (por medio de los inventarios) o a nivel de la promoción (por medio de encuestas) y es muy útil para determinar el comportamiento de los compradores y sus preferencias. Lo anterior sería en esencia una buena introducción a estas famosas 4 p de la mercadotecnia o marketing.

2.2. Posicionamiento Teórico Personal

Con el pasar de los años y con la aparición de nuevas alternativas de progreso y desarrollo Global, absolutamente todos los países que

conforman el planeta intentan integrarse a dicha Globalización, no todos tienen los recursos ni los espacios para realizarlas, pero, si las posibilidades de desplazamiento para disfrutarlas, estamos hablando del Turismo, que en los últimos diez años ha tenido un crecimiento notable como eje de desarrollo de un país y que a largo plazo llegara a ser la principal fuente económica mundial superando a las clásicas formas de desarrollo como la industria petrolera. Esto da lugar a una creciente presión sobre los espacios naturales de uso exclusivo del turismo.

Es necesario pensar en disminuir la presión que se pretende ejercer sobre la naturaleza, adecuando los espacios, utilizando tecnologías limpias y sobretodo impartir en los principales actores una adecuada educación ambiental, en el que su principal objetivo sea tener ingresos económicos de una manera responsable entre el empresario, el turista y comunidades, satisfaciendo todas y cada una de sus necesidades sin comprometer el medio ambiente.

En el proyecto que se implementara, se tomaran en cuenta todos los aspectos mencionados con el fin de conseguir un mejoramiento a nivel turístico en la ruta “El Tren de la Libertad”, en el cual estarán implicados empresarios, turistas y comunidades, y así convertir a este medio de transporte antiguo y ofertas turísticas cercanas como alternativas de turismo responsables y mejoradas, y aportar para que la provincia de Imbabura en especial la ciudad de Ibarra sea considerado uno de los mejores destinos turísticos del país.

2.3. Glosario de Términos

1. **Accesibilidad:** Eliminación de las barreras que impidan el uso y disfrute de la actividad turística, incentivando las mejoras y la rápida equiparación de oportunidades.
2. **Actividad turística:** Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista.
3. **Aculturación:** Fenómeno sociológico que consiste en el intercambio de pautas de conducta, formas de vida y hábitos, debido al contacto y a la comunicación entre personas de diversas culturas y sociedades.
4. **Actitud:** Predisposición y acción psíquica y nerviosa organizada por la experiencia, que ejerce una influencia orientadora o dinámica sobre las reacciones del turista frente a otras personas, objetos o situaciones con los que se relaciona.
5. **Agencia de viajes:** Empresa dedicada a la realización de arreglos para viajes y venta de servicios sueltos, o en forma de paquetes, en carácter de intermediaria entre el prestador de los servicios y el usuario, para fines turísticos, comerciales, o de cualquier otra índole.
6. **Agroturismo o Turismo Rural:** Modalidad de turismo que se desarrolla en un espacio rural.
7. **Alojamiento turístico:** Empresa Mercantil que ofrece un servicio que permite al cliente hospedarse para su descanso.
8. **Atractivos turísticos:** Es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Los principales son los que poseen atributos convocantes con aptitud de generar visitantes, por sí.

Los complementarios son los que en suma o adicionados a los principales hacen un lugar o zona turística.

9. Canales de distribución: Estructura de comercialización formada por la propia organización de la venta del producto, más las organizaciones de ventas individuales de todos aquellos intermediarios que participan en el proceso de comercialización del producto considerado.

10. Calidad: Partiendo de la prioridad de los actuales exigencias del mercado turístico, de satisfacer las demandas, en función de elementales estándares, en función de costumbres, usos y culturas.

11. Ciclo de vida: Distintas etapas que presenta la evolución del producto, durante su permanencia en el mercado turístico.

12. Consumidor final: Es el cliente potencial del turismo al que hay que llegar con difusión sostenida, para despertar el elemental interés que origina el viaje turístico. Destinatario principal de las estrategias del Estado en comunicación integrada.

13. Comunidad: Conjunto o asociación de personas o entidades con intereses, propiedades u objetivos comunes:

14. Demanda turística: Es el conjunto de servicios solicitado efectivamente por el consumidor.

15. Destino: es el lugar visitado por un visitante.

16. Diagnóstico: Es señalar qué ocurre en un determinado sitio, indicando sus características y problemas así como las causas que determinan unos y otros.

17. Difusión sostenida: se denomina la acción de comunicar en forma organizada y permanente, noticias e información que llegando al

consumidor final, despierten el adecuado interés y deseo por conocer determinados atractivos y productos.

18. Globalización: Es un proceso económico, tecnológico, social y cultural a gran escala, que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo unificando sus mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global.

19. Marketing: Ejecución de investigaciones de mercado que conllevan actividades comerciales encaminadas a transferir productos o servicios del fabricante al consumidor.

20. Mercado turístico: Lugar donde existe capacidad de gasto, donde se intercambia el producto turístico entre compradores (turistas, empresas) y vendedores (empresas).

21. Meta: Cuantifica el objetivo y establece un plazo para alcanzarlo. Es concreta y sirve inmediatamente para la acción.

Motivación: Predisposición de una persona o grupo de personas, para actuar de una determinada manera.

22. Objetivo: Es la imagen de un estado de cosas, futuro que interesa obtener y hacia cuya consecuencia se orienta la acción.

23. Oferta turística: Es el conjunto de atractivos y servicios, puestos a disposición del mercado.

24. Planificar o planear: Es el proceso correspondiente a la formulación de un modelo que, basado en objetivos de desarrollo e hipótesis de comportamiento, y, considerando las circunstancias presentes y sus orígenes, propone líneas factibles, dirigidas a obtener una situación deseable.

- 25. Producto Turístico:** Conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen al mercado, con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de los turistas.
- 26. Programa:** Conjunto ordenado de acciones desarrolladas en un tiempo determinado.
- 27. Ruta:** Dirección u orientación que se toma para un propósito.
- 28. Promoción:** actividad del proceso de comunicación integrada, cuya función principal es la comunicación persuasiva.
- 29. Servicios:** Actividad, beneficios o satisfacciones que se ofrecen para su venta, cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra y que es esencialmente intangible y no resulta en la propiedad de nada.
- 30. Tren:** Transporte conformado por una serie de vagones enlazados o articulados unos tras otros y arrastrados por una locomotora.
- 31. Turismo:** Es el complejo de actividades originadas por el desplazamiento temporal y voluntario de personas fuera de su lugar de residencia habitual (invirtiendo) en sus gastos, recursos que no provienen del lugar visitado.
- 32. Turismo internacional:** Se compone del turismo receptor y el turismo emisor.
- 33. Turismo interno:** es el que realizan los habitantes de un país sin salir de su propio territorio.

34. Turismo Sustentable: El turismo desarrollado en armonía con los recursos Naturales y Culturales a fin de garantizar beneficios perdurables, tanto para las generaciones presentes, como para las futuras. La sustentabilidad aplicada en tres ejes básicos: ambiente, sociedad y economía.

35. Turista: Toda persona que se desplaza hacia un lugar fuera de su residencia habitual y permanece en él por lo menos 24 horas.

2.4. Interrogantes de Investigación

Las interrogantes planteadas para el desarrollo de la investigación son:

- a)** ¿Qué características tiene la oferta turística de la línea ferroviaria de los cantones Ibarra y Urcuquí?
- b)** ¿Qué características tiene la demanda turística de la línea ferroviaria de los cantones Ibarra y Urcuquí?
- c)** ¿El diseño de una propuesta turística en la ruta ferroviaria “El Tren de la Libertad” en los cantones Ibarra y Urcuquí ayudaría a impulsar la oferta y la demanda turística?

2.5. Matriz Categorial

Tabla 6: Matriz Categorial

CONCEPTO	CATEGORÍA	DIMENSIÓN	INDICADOR
<p>La oferta turística, es el conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición de los públicos en un mercado.</p> <p>La demanda turística, en cambio es la cantidad de bienes y servicios que están disponibles para los turistas.</p>	Oferta y Demanda Turística	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Componentes de la oferta turística. ➤ Características de la oferta turística.
		Demanda	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Componentes de la demanda turística. ➤ Características de la demanda turística.
<p>El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.</p>	Turismo	Turismo Sostenible	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Recursos medioambientales. ➤ Autenticidad sociocultural. ➤ Beneficios económicos. ➤ Señalización ➤ Accesibilidad universal
<p>Están formados por un agregado de infraestructura, equipamiento, servicios públicos, servicios turísticos y valores y atributos de imagen, que ofrecen en un determinado territorio y que el</p>	Producto Turístico	Marketing	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Plaza ➤ Precio ➤ Promoción

<p>turista conforma y consume libremente, de acuerdo a sus necesidades y preferencias.</p>			<p>➤ Producto</p>
<p>Es un instrumento que permite prever y organizar las actividades de un proceso que se desarrollara durante un tiempo estimado. Los planes presentan los objetivos de una organización y establecen los procedimientos idóneos para alcanzarlos; además son la guía para que la organización obtenga y comprometa los recursos que se requieren para alcanzar los objetivos.</p>	<p>Planes de Turismo</p>	<p>Mejoramiento</p>	<p>➤ Características de un Plan.</p> <p>➤ Elementos de Mejoramiento.</p> <p>➤ ¿Por qué mejorar?</p> <p>➤ Ciclo de mejoramiento</p>

Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2012)

Teniendo claros los temas que componen este trabajo, avanzamos al siguiente capítulo, en el que se definirán los métodos y técnicas que se utilizarán para el desarrollo de la investigación.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Los métodos a ser utilizados durante el desarrollo de la investigación permitirán conocer y diagnosticar la situación actual de la problemática descrita anteriormente, estos resultados serán la base para que en la posteridad se establezca la propuesta de desarrollo turístico.

3.1 Tipos de investigación

3.1.1. Investigación documental

De acuerdo a la UPEL (2006), Se entiende por investigación documental al estudio de problemas con el propósito de ampliar y profundizar el conocimiento de su naturaleza con apoyo principalmente en trabajos previos, información y datos divulgados por medios impresos, audiovisuales y electrónicos. La originalidad del estudio se refleja en el enfoque crítico, conceptualizado, reflexivo, y en general, en el pensamiento del autor.

Las fuentes documentales utilizadas para la búsqueda de información fueron: libros, tesis, revistas, encuestas y conferencias relacionadas al tema de la investigación; los cuales, realizando la adecuada revisión sirvieron de guía oportuna para profundizar los conocimientos y efectuar una adecuada investigación.

3.1.2. Investigación de Campo

Según Razavieh, (2006) constituye un proceso sistemático, riguroso y racional de recolección, tratamiento, análisis y presentación de datos, basado en una estrategia de recolección directa de la realidad de las informaciones necesarias para la investigación.

La investigación de campo nos permitió obtener nuevos conocimientos en el aspecto de realidad socio cultural y estudiar la situación directamente, ya que visitamos en algunas ocasiones el sitio de análisis y así manejamos los datos con mayor seguridad.

3.2. Métodos

3.2.1. Analítico-Sintético

Los datos obtenidos a lo largo de la investigación, fueron analizados e identificados, para determinar los diferentes problemas existentes en el diagnóstico y a la vez sintetizarlos, permitiendo definir en primer lugar los componentes turísticos y su manejo actual, posteriormente los tipos de turismo y las diferentes actividades a desarrollar conjugándolas con estrategias de turismo sostenibles.

3.2.2. Estadístico

Durante la investigación, se analizó las encuestas realizadas de la problemática mencionada, que además describen las características generales de un conjunto o distribución de puntajes. Las cuales han estado direccionadas a determinar adecuadamente la oferta y demanda

turística, investigar sus características, como a los actores de la dinámica turística; turistas, habitantes, comerciantes, empresarios, entre otros, que se encuentren dentro de la zona de estudio.

3.3. Técnicas

3.3.1. Encuesta

Se establecieron dos encuestas, dirigidas a determinar los dos objetivos planteados acerca de la oferta (empresarios turísticos) y demanda turística (turistas) de la ruta ferroviaria “El Tren de la Libertad”, información base con la cual se estableció la posible aceptación para la propuesta del Plan de Mejoramiento.

Fueron aplicadas a 95 turistas de la ruta “Tren de la Libertad” durante el último trimestre del año 2012 y a 36 empresarios turísticos, para determinar el conocimiento que tenían sobre los atractivos turísticos, empresas, la calidad de servicios y la comunidad, para la implementación del Plan de Mejoramiento.

3.3.2. Entrevista

Se aplicó una entrevista a una representante del GAD parroquial de Salinas, para determinar la percepción que tenían sobre las capacitaciones recibidas en los últimos años y como esto ha beneficiado a la comunidad y acerca de la dinamización de la demanda turística, gracias al “Tren de la Libertad”; las preguntas fueron abiertas mediante un conversatorio que proporcione información relevante para la investigación planteada.

3.4. Población y muestra

El tamaño de la muestra es 36 empresarios turísticos, en base a la estimación registrada de acuerdo al MINTUR en el catastro de establecimiento turísticos del 2011, y 95 turistas de acuerdo a los registros del iTur Ibarra en el mes de noviembre del 2012.

La muestra se determinó en base a la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 PQ^2 N}{E^2(N-1) + PQ^2 z^2}$$

n = Tamaño de la muestra

PQ = Varianza de la población, valor constante = 0.25

N = Universo de la investigación

(N-1)= Corrección geométrica para muestras mayores a treinta.

E = Margen de error estadísticamente aceptable.

0.02 = 2% (mínimo)

0.03 = 3% (máximo)

0.05 = 5% (recomendable en educación)

K = Coeficiente de corrección de error, valor constante = 2

EMPRESARIOS TURISTICOS

$$n = \frac{(3,8416)(0,0625)(227)}{(0,0025)(226) + (0,0625)(3,8416)}$$

$$n = \frac{54,5627}{1,5675 + 0,2401}$$

$$n = \frac{54,5627}{1,8076}$$

$$n = 30.19$$

TURISTAS

$$n = \frac{(3,8416)(0,0625)(980)}{(0,0025)(979) + (0,0625)(3,8416)}$$

$$n = \frac{235,298}{2,05 + 0,2401}$$

$$n = \frac{235,298}{2,2901}$$

$$n = 102,74$$

Para la demanda se realizó 95 encuestas, aplicadas en las afueras de la estación del Ferrocarril. Para determinar la oferta se aplicó 36 encuestas a empresarios turísticos de la zona cercana a la ruta del “Tren de la Libertad” de los cantones Ibarra y Urcuquí.

3.5. Análisis e interpretación de resultados

La información recabada se presentó mediante, gráficos de acuerdo al tema y serán complementados con su respectivo análisis, en el próximo capítulo.

CAPÍTULO IV

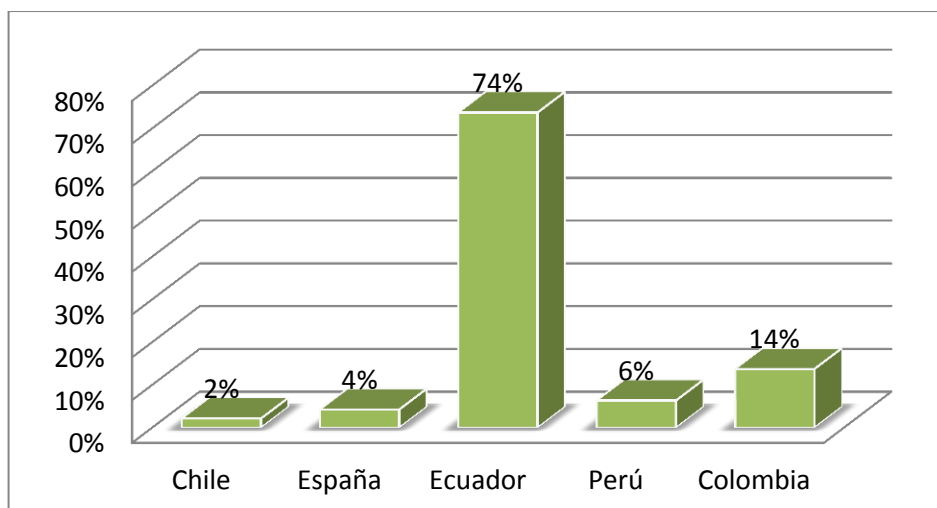
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

El presente capítulo contiene el análisis de datos referentes a la tipología del visitante y empresarios turísticos para la consecución de los objetivos planteados anteriormente.

4.1. Perfil del turista

4.1.1. Datos informativos

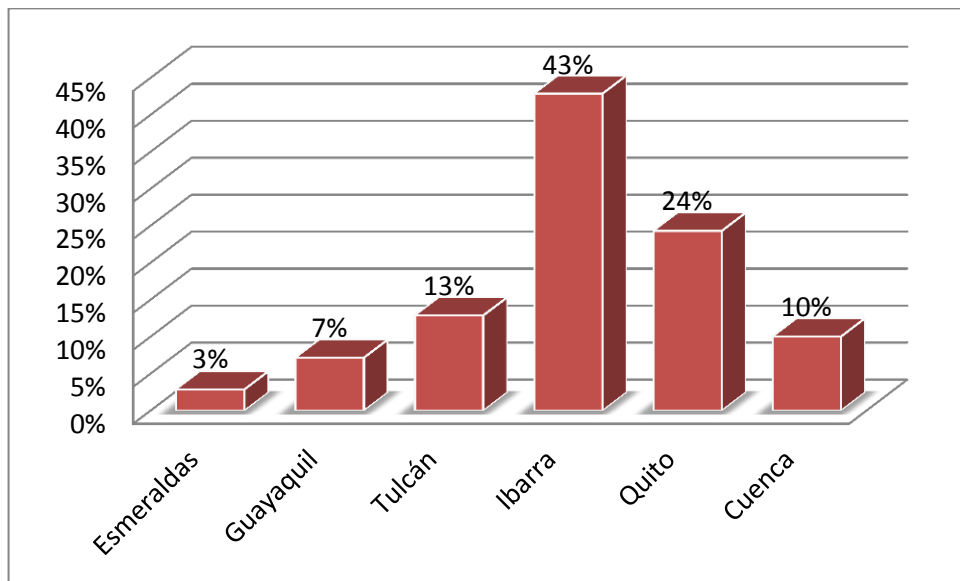
Gráfico 1: Procedencia del visitante al cantón Ibarra



Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

Los datos expuestos señalan que el cantón Ibarra es visitado por un alto porcentaje de turismo nacional (74%), lo cual coincide con las estadísticas del Ministerio de Turismo, en cuanto al turismo interno en creciente escala en los 3 últimos años. En segunda instancia está el turista de Colombia correspondiente al 14%, lo cual beneficia sobremanera la ubicación geográfica de la provincia de Imbabura cerca de la frontera norte; mientras que Perú, España y Chile tienen menos del 10% de visitantes respectivamente.

Gráfico 2: Ciudad de origen del visitante a nivel nacional

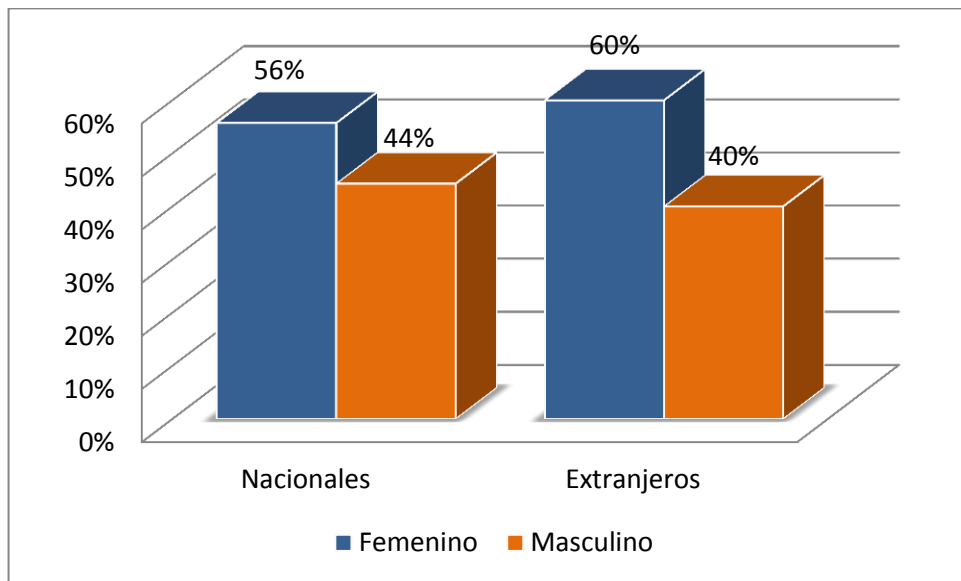


Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

El gráfico expuesto anteriormente, indica que los turistas son principalmente de la ciudad de Ibarra en un 43%, en cambio de la parte central como Quito corresponde al 24%, seguido de Tulcán y Cuenca con el 13% y 10% respectivamente.

Lo que significa que la mayoría de turistas que visitan el “Tren de la Libertad”, provienen de las principales ciudades del país, de la región Interandina; lo que indica que el producto turístico tiene gran potencial a nivel nacional. En la región Costa las ciudades que más visitan el atractivo son Guayaquil y Esmeraldas lo que afirma que el atractivo es también visitado por turistas de ciudades lejanas, aunque comparado en porcentaje con las demás, es mínimo.

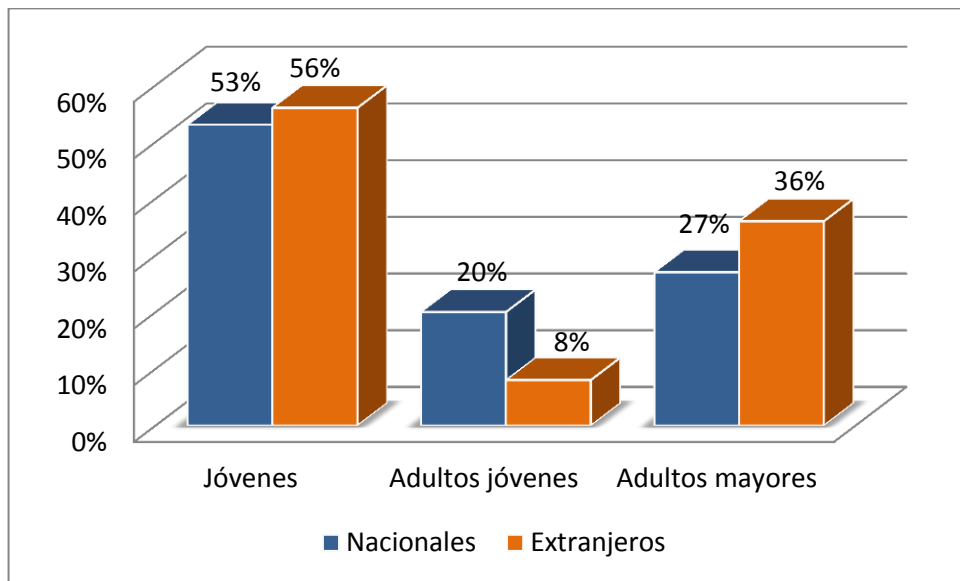
Gráfico 3: Género del visitante



Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

Los datos señalan que más de la mitad de encuestados nacionales (56%), son mujeres que visitan el cantón Ibarra, y un 44% corresponde al género masculino; mientras que el 60% de visitantes extranjeros son mujeres y un 40% hombres; lo que significa que la Ruta del Tren de la Libertad, es más apreciada por el género femenino, quienes mediante su percepción optan con mayor interés por este producto turístico, que según Machado (2009), indica que este producto se confecciona a través de una matriz donde se analizan los atributos del mismo, en relación con los requerimientos básicos de los segmentos seleccionados para su diseño, siendo totalmente diferente el concepto y requerimientos entre géneros y nacionalidades.

Gráfico 4: Edad del visitante

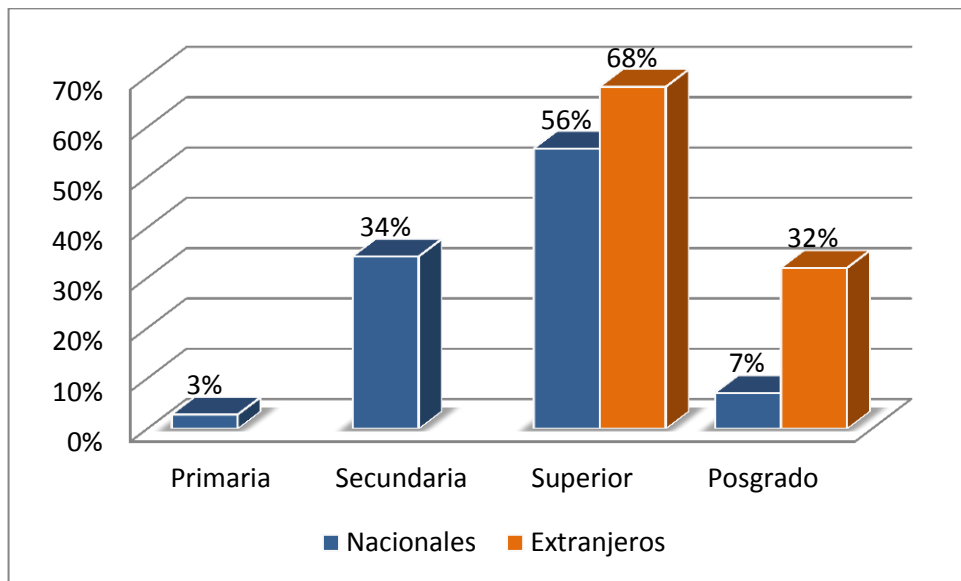


Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

De los visitantes nacionales encuestados en el cantón Ibarra, más de la mitad son jóvenes (53%) entre 18 y 40 años, el 20% son de edad adulta en el rango de 41 y 56 años, el 27% corresponde a los adultos mayores con más de 57 años; mientras que los visitantes extranjeros, la mitad son jóvenes, apenas el 8% de edad adulta, y el 36% son adultos mayores.

Esto significa que existe un alto porcentaje de visitantes jóvenes, tanto nacionales como extranjeros, posiblemente profesionales y que tienen una economía estable, lo cual aporta al plan de mejoramiento del producto turístico que se pretende incluir en este estudio, en razón de que este segmento de mercado es más exigente y tiene mayor percepción de la cultura e identidad de Imbabura. Por tanto la demanda turística según Hernández (2001) intervienen factores relativos a las unidades demandantes: los cambios de estación y su relación con los sistemas de vacaciones en los países-mercado demandantes, los intereses cambiantes de los públicos y las personas; la percepción que los públicos tienen respecto del valor atractivo de determinadas zonas o puntos geográficos.

Gráfico 5: Formación académica del visitante

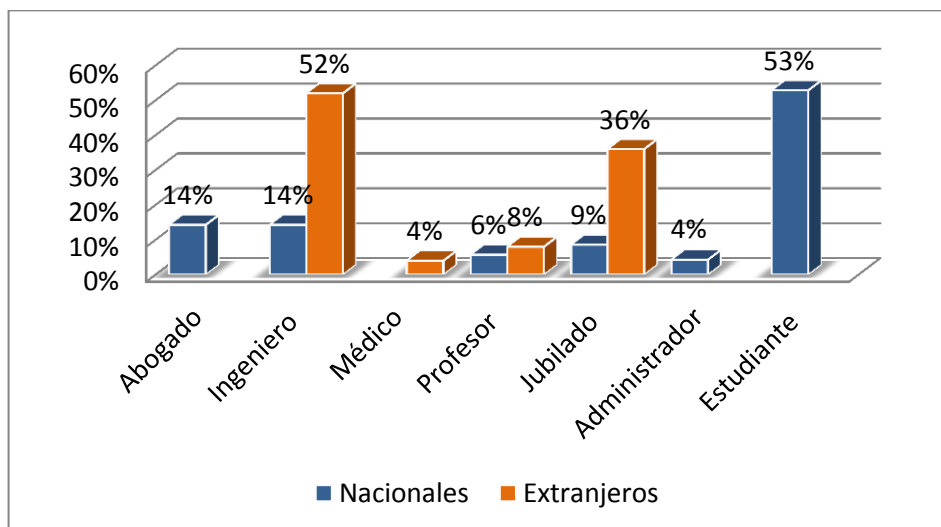


Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

El gráfico demuestra que el 63% de visitantes nacionales, tienen instrucción superior y posgrado, el 34% son de educación secundaria y el 3% han terminado la primaria. En cuanto a los visitantes extranjeros, el 100% se encuentran en nivel superior y de postgrado.

Se puede evidenciar que la mayoría de los visitantes tienen instrucción superior, lo que hace que el turismo sea cada vez más exigente como lo menciona Torres (2004), al afirmar que el público educado ambientalmente, cumple las normativas con responsabilidad ética y equidad social, que contribuye a la sostenibilidad de un determinado destino turístico y aporta significativamente al mejoramiento turístico, mediante el plan que es la propuesta de este trabajo.

Gráfico 6: Ocupación del visitante



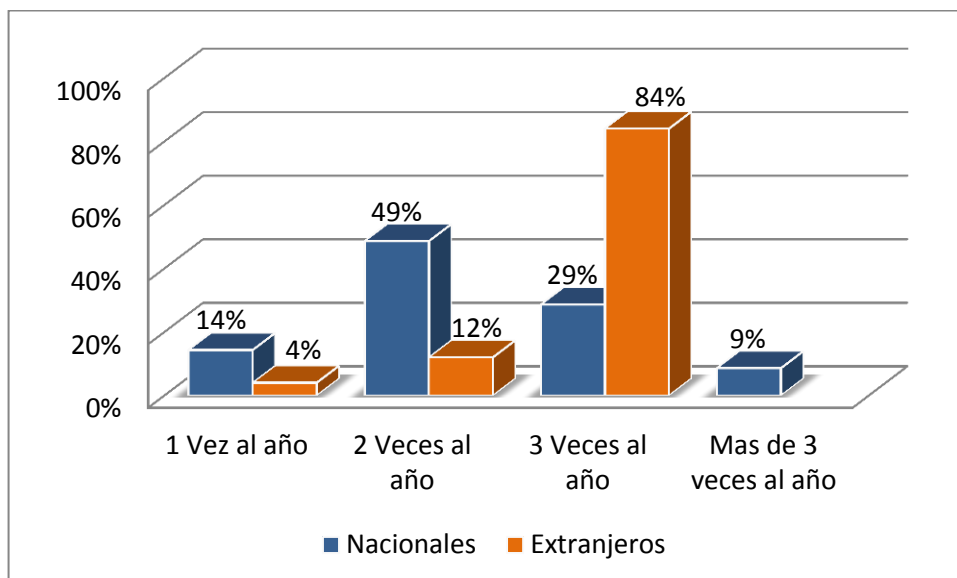
Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

Los datos presentados indican que el 53% de visitantes nacionales, son estudiantes, el 38% corresponde a las profesiones de: abogados, ingenieros, profesores y administradores respectivamente, mientras que el 9% son jubilados. En cambio el 52% de encuestados extranjeros son ingenieros, el 36% son jubilados y menos del 10% corresponde a las ramas de médicos y profesores.

La mayoría de visitantes son estudiantes-profesionales que se encuentran cursando estudios de postgrado en las diferentes ramas técnicas, educativas y sociales, que aportarían con propuestas e iniciativas concretas para la generación de alternativas socioeconómicas, productivas y de conservación ambiental, como afirma Calderón (2005), al describir el modelo dominante en la sociedad contemporánea, representado por la economía de mercado del capitalismo quien, considera de manera simplista al crecimiento como una estrategia imprescindible para asegurar la conservación del medio ambiente y resolver los problemas sociales, a través de las buenas prácticas turísticas, para lo cual es importante una adecuada educación ambiental basada en principios ecológicos, sociales y económicos.

4.1.2. Hábitos y motivación de viaje

Gráfico 7: Frecuencia de viajes por año

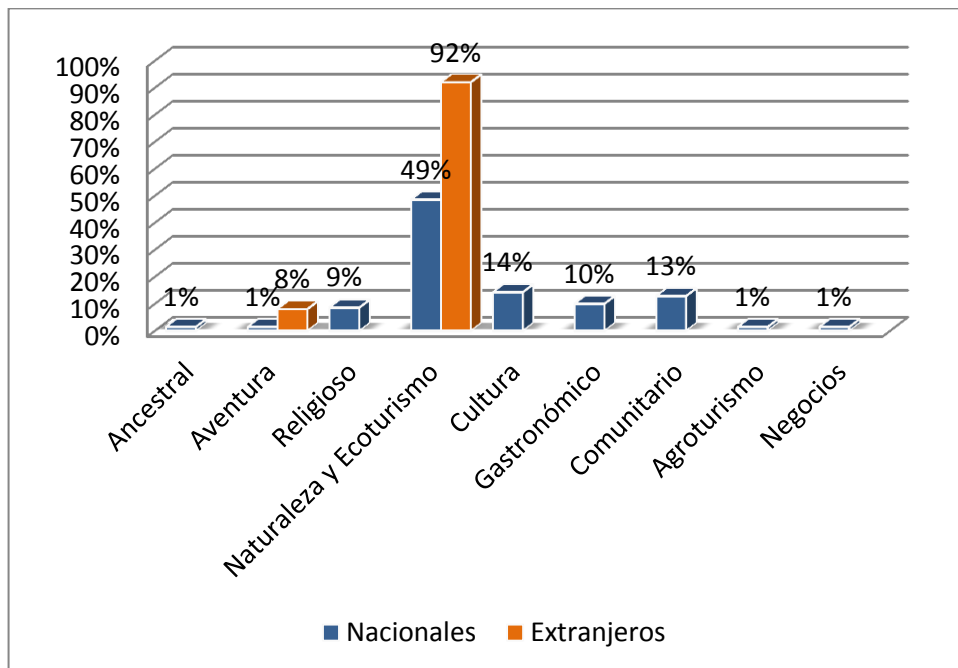


Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

Los datos registrados indican que el 96% de turistas nacionales viajan entre dos y tres veces al año (84 y 12% respectivamente); Sin embargo el 4% viajan una vez al año y ninguno se desplaza con fines turísticos más de tres veces al año. Mientras que en el caso de turistas extranjeros, 78% lo hace de dos a tres veces al año (49 y 29% respectivamente), así mismo el 14% lo hace una vez al año y el 9% lo hace más de tres veces.

Por lo tanto a nivel nacional, la ciudad está creciendo continuamente y demanda de un turismo más permanente por la diversidad de servicios que se están generando, no solo con propuestas turísticas de paso sino que invitar al turista a pasar más de un día en la zona ofreciéndole un turismo alternativo diverso y prolongado.

Gráfico 8: Destino turístico de preferencia del visitante

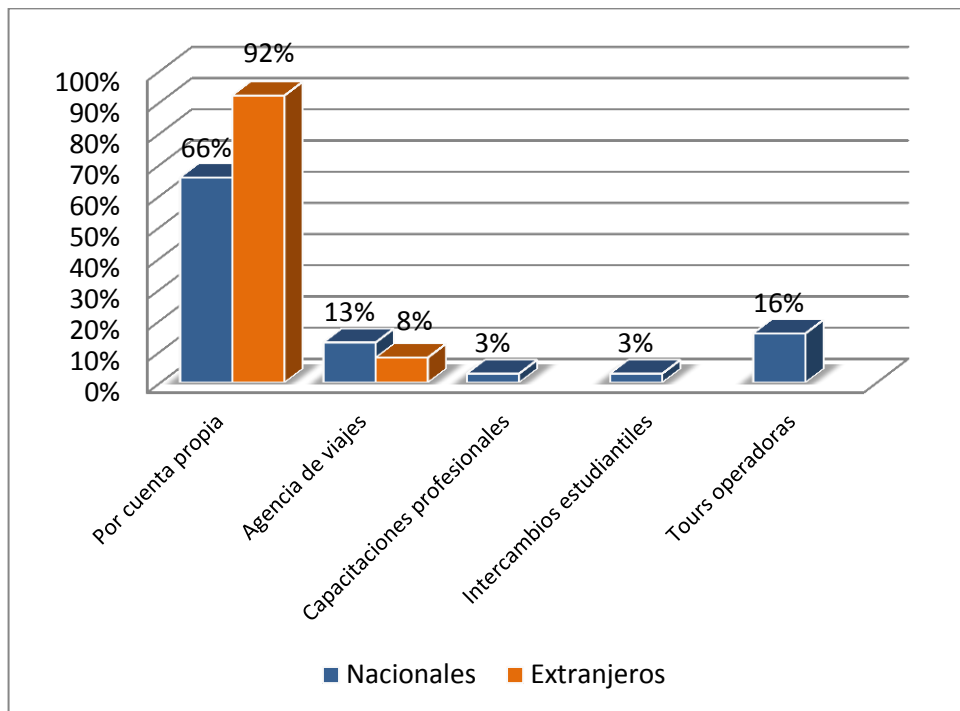


Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

El gráfico expuesto demuestra que en preferencias para turistas nacionales, el 49% opta por naturaleza y ecoturismo, para los extranjeros corresponde esta misma apreciación al 92%, en cambio el 14% de turismo nacional busca destinos culturales, el 13% turismo comunitario, el 10% gastronomía, el 9% turismo religioso y el 1% opta por destinos ancestrales, de aventura, agroturismo y negocios, que diferencia del turista extranjero en cuanto al 8% que opta por turismo de aventura.

Se puede apreciar que el turismo de naturaleza y ecoturismo es el más opcionado para los dos tipos de turistas al cantón Ibarra, en razón de que la provincia de Imbabura contiene paisajes, lagos, lagunas y una cultura expresada en sus diferentes pueblos y comunidades del área andina. Por tanto la propuesta de innovación del producto turístico sería de gran acogida para este tipo de turismo por la apreciación de recursos naturales como montañas, planicies, paisajes culturales y demás ámbitos artesanales que se complementan en la alternativa de apreciación y disfrute de un nuevo producto con identidad del cantón.

Gráfico 9: Opciones de viaje

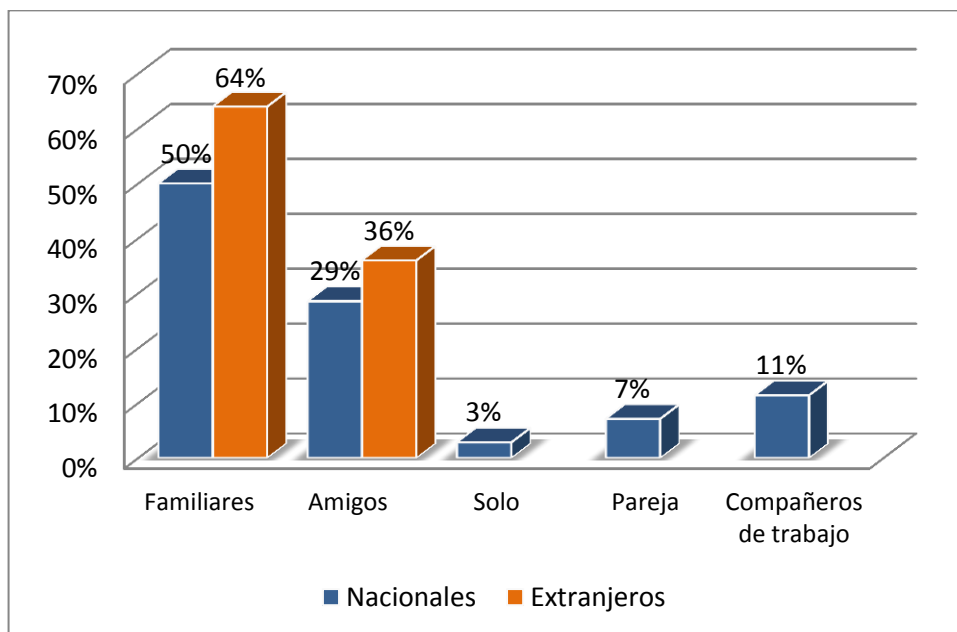


Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

En cuanto a la forma de viaje, los datos recolectados exponen que el turista nacional viaja por cuenta propia en un 66%, el 29% lo hace por medio de agencias de viaje y tours operadoras, mientras que a través de capacitaciones e intercambios corresponde el mismo porcentaje que es el 3%. El visitante extranjero en su gran mayoría (92%) viaja por cuenta propia, y el 8% mediante agencias de viaje.

Sin embargo, para Hernández (2001) a nivel nacional, el turismo constituye una actividad socio-económica cuya importancia radica en la adecuada y oportuna oferta establecida por los diferentes sectores turísticos, los cuales brindan diferentes opciones, de acuerdo al segmento de mercado, facilitando las actividades del turista y evitando incomodidades al momento de viajar.

Gráfico 10: Tipo de acompañantes

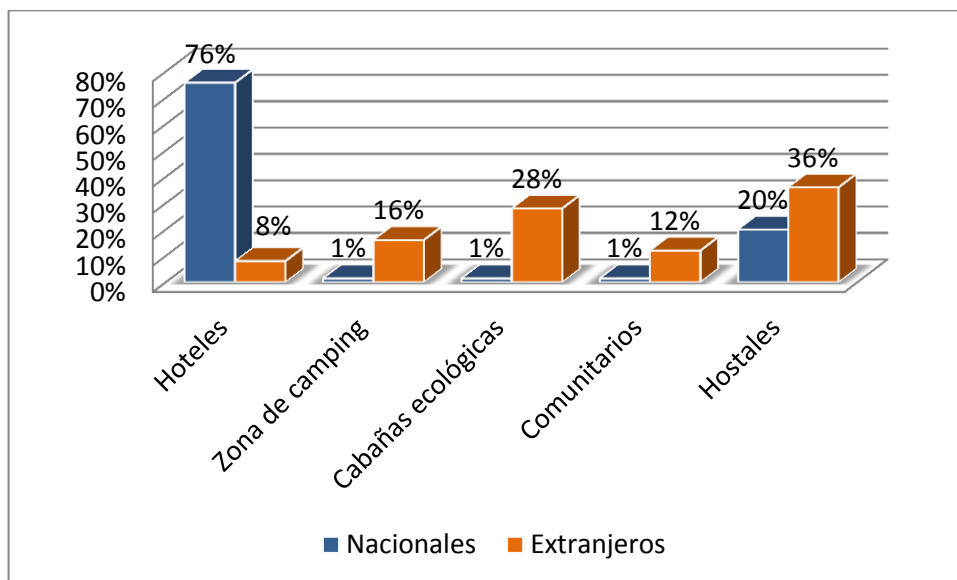


Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

De los visitantes nacionales encuestado en el cantón Ibarra, la mitad (50%) lo hacen acompañados de familiares, el 40% de amigos y compañeros de trabajo, el 7% en compañía de su pareja y solamente el 3% viaja solo. De los turistas extranjeros más de la mitad (64%) viaja acompañado de familiares y el 36% con amigos. Estos datos concuerdan con Silveira (2010), quien expone que en la actualidad el turismo se compone de un abanico de opciones, las cuales están a disposición de todos los segmentos para su disfrute, pues vemos que más de la mitad de los visitantes viajan acompañados de sus familiares y amigos.

Lo que permite evidenciar que las alternativas de turismo pueden cambiar e intensificarse para satisfacer las necesidades de más segmentos de mercado.

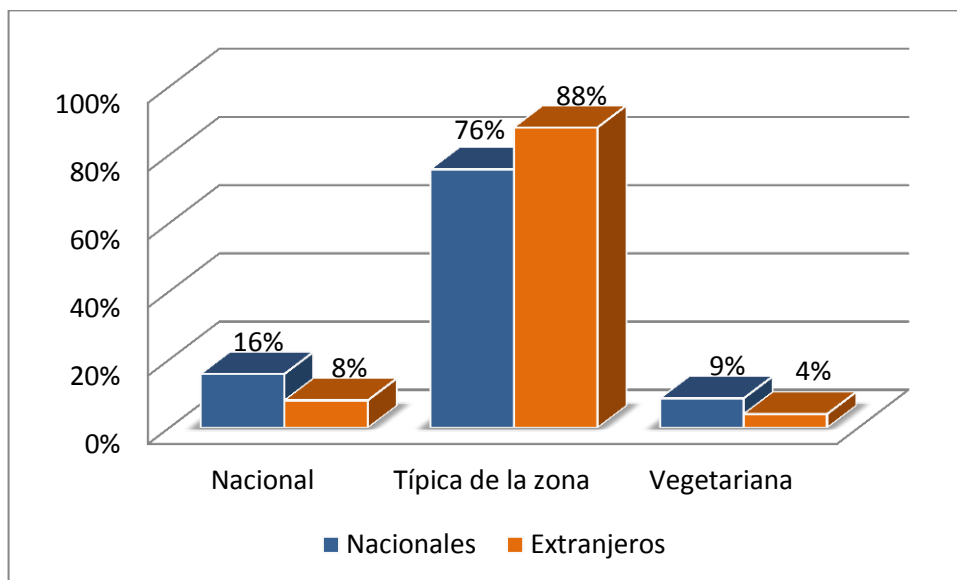
Gráfico 11: Tipo de Alojamiento del visitante



Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

Los datos expuestos indican que la mayoría (86%) de turistas nacionales escogen hoteles y hostales para su alojamiento respectivamente, mientras que las zonas de camping, cabañas ecológicas y alojamientos comunitarios están lejos de sus preferencias ya que tienen el mismo porcentaje que es el 1%. Sin embargo el 44% de turistas extranjeros opta por cabañas ecológicas, la misma cantidad (44%) prefiere hoteles y hostales, mientras que el 12% escoge alojamientos comunitarios para hospedarse. Para Luque (2009), el Producto Turístico es una composición de varios factores: el natural, el cultural y el estructural, permitiendo que el servicio de alojamiento sea apto para satisfacer las necesidades del visitante y creados específicamente para liberar a los visitantes de la rutina de su lugar de residencia.

Gráfico 12: Preferencia gastronómica

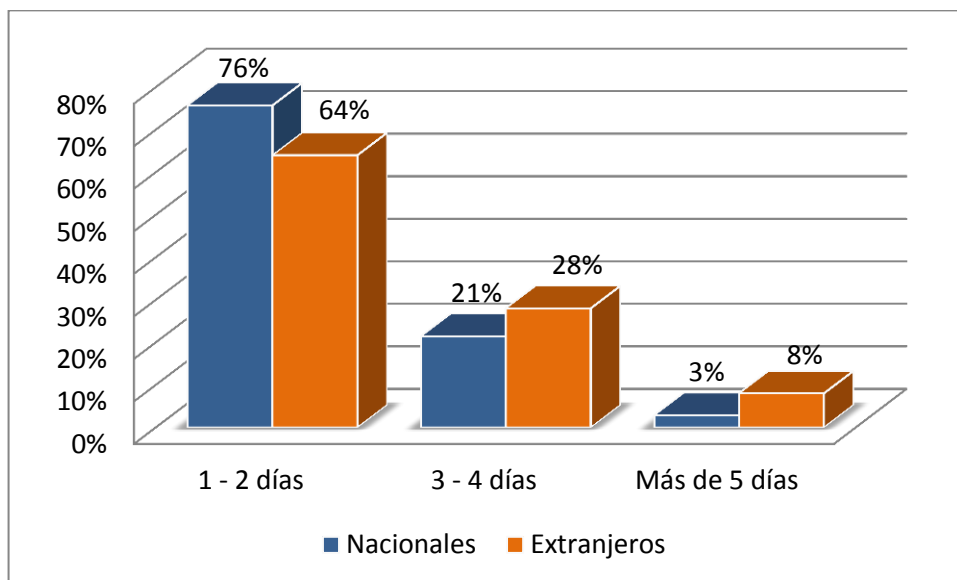


Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

Según los resultados expuestos el 76% de los visitantes nacionales aprecian la gastronomía típica del sector, el 16% prefieren alimentación nacional; mientras que un 9% degustaría comida vegetariana. Las preferencias gastronómicas de los turistas extranjeros son similares, ya que un 88% opta por la comida típica de la zona, el 8% por la nacional y apenas un 4% son vegetarianos.

Los datos son muy prometedores para el turismo nacional, ya que está demostrado que el turista prefiere el producto gastronómico interno, promoviendo de esta manera lo nuestro, debido a su variado y exótico contenido, lo cual contribuye al desarrollo local, incitando a sectores indirectos como la agricultura a aportar con el sector turístico.

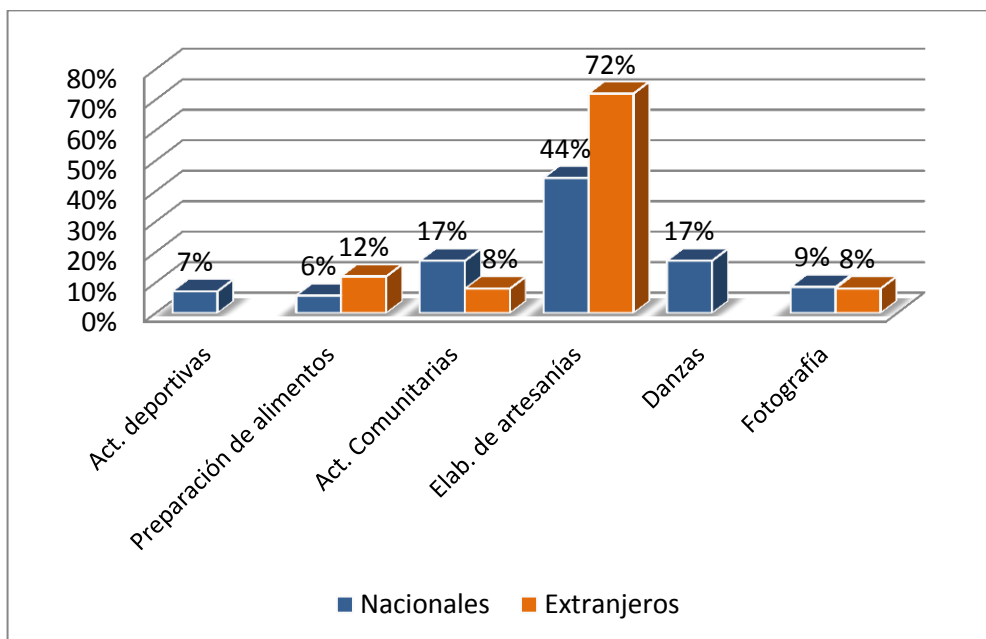
Gráfico 13: Tiempo de permanencia



Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

De acuerdo al gráfico, de los turistas nacionales el 76% permanece en el cantón Ibarra entre 1 y 2 días; el 21% con la opción de 3 y 4 días de estancia; y únicamente el 3% opta por permanecer más de 5 días. Mientras que de los visitantes extranjeros, el 64% permanece entre 1 y 2 días; casi la tercera parte (28%) se queda entre 3 y 4 días; y el 8% lo hace más de 5 días; lo que indica que Ibarra es una ciudad de paso, la cual debe fortalecer su actividad turística basándose en la declaratoria de la OMT (2004), donde establece, que el turismo debe asegurar las actividades económicas a largo plazo, fundamentando reportes económicos a todos los actores sociales de la cadena productiva, de tal manera que se traduzca en beneficios socio-económicos con equidad a fin de generar oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, con lo cual se contribuye a la reducción de la pobreza que es una política de Estado.

Gráfico 14: Actividades del visitante

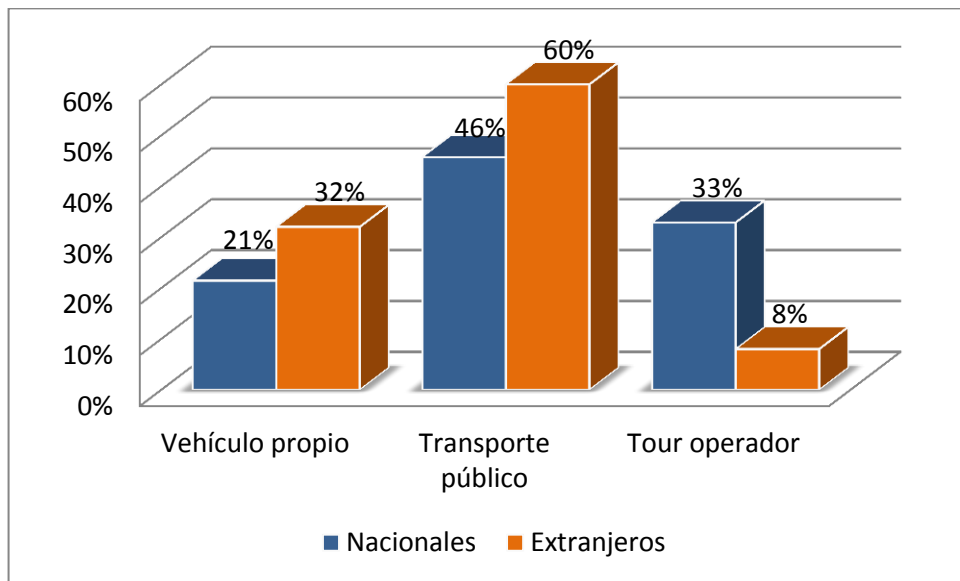


Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

De los visitantes nacionales encuestados, el 44% le gustaría la elaboración de artesanías; el 23% prefiere actividades comunitarias como la preparación de alimentos; las danzas típicas son acogidas por el 17% de turistas; la fotografía y las actividades deportivas con el 9 y 7% respectivamente. Mientras que los visitantes extranjeros prefieren la elaboración de artesanías el 72%; la quinta parte (20%) opta por actividades comunitarias y preparación de alimentos; el 8% elige la fotografía.

Se puede comprobar que el turista ya no gusta de practicar el turismo convencional, por el contrario, las preferencias son comunitarias, dando prioridad a la elaboración de artesanías, contribuyendo con la economía de la comunidad, a través de la producción de objetos que transmiten su identidad, cultura e historia.

Gráfico 15: Tipo de transporte del visitante



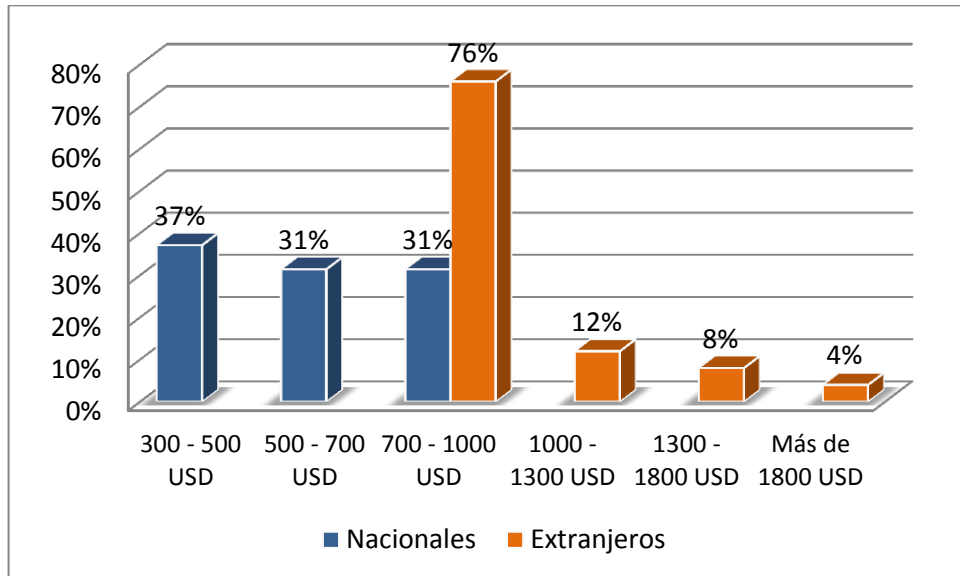
Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

El gráfico indica que en cuanto a visitantes nacionales el 46 % se trasladan en transporte público; la tercera parte (33%) viaja mediante un tour operador, y el 21% prefiere utilizar vehículo propio. De los turistas extranjeros el 60% se traslada en transporte público, el 32% en vehículo propio y apenas el 8% a través de un tour operador.

Como lo menciona Hernández (2001) al indicar que resulta muy conveniente reconocer las características de la oferta turística, en donde los servicios se realizan en un lugar geográficamente determinado y no pueden ser transportados, en esta etapa cumplen un papel fundamental los consumidores deben trasladarse a los lugares donde se producen estos servicios.

4.1.3. Perfil socio-económico

Gráfico 16: Ingresos mensuales del visitante

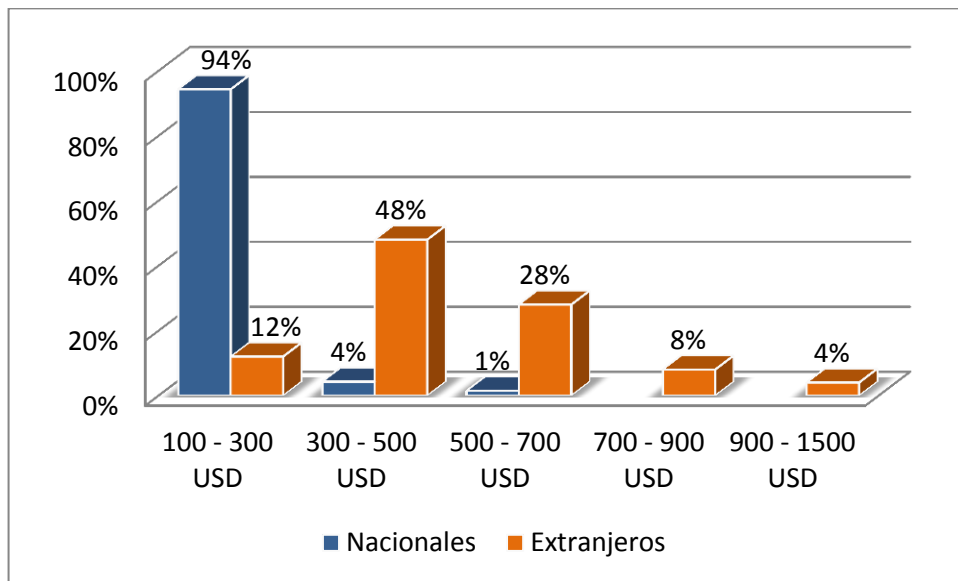


Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

De los turistas nacionales encuestados en el cantón Ibarra, el 68% percibe un salario entre 300 y 700 USD; el 31% percibe un sueldo que oscila entre 700 y 1000 USD. Mientras que de los visitantes extranjeros el 88% se encuentra entre 700 y 1300 USD; seguido del 8% entre 1300 y 1800 USD; y el 4% con un sueldo de más de 1800 USD.

En la actualidad el sueldo promedio que percibe un profesional es de 800 USD, lo cual da lugar a cubrir los gastos básicos y dando opción a invertir en turismo, esto beneficia en gran manera a los principales actores del turismo, ya que pueden ofertar un producto a muy buen precio, siendo apreciado por el turista.

Gráfico 17: Gastos por visita

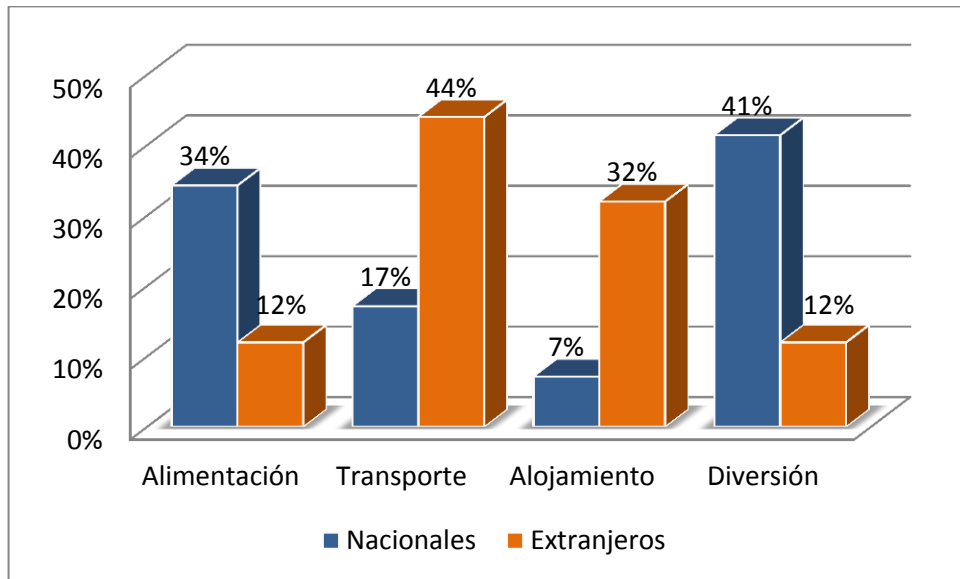


Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

Los datos expuestos reflejan que los visitantes nacionales, casi en su totalidad (94%) destina entre 100 y 300 USD; mientras que el 4% afirma que sus gastos promedio invertido en turismo está entre 300 y 500 USD; y con el mínimo porcentaje (1%) entre 500 y 700 USD. Sin embargo casi la mitad (48%) de turistas extranjeros invierte entre 300 y 500 USD por viaje; el 28% entre 500 y 700 USD; entre 100 y 300 el 12% de turistas y entre 700 y 1500 USD el 12%.

La inversión del visitante nacional en turismo va desde 100 a 300 en la mayoría de turistas, tomando en cuenta que el sueldo promedio es de 800 USD, lo que permite que una gran parte de sus ingresos sea dirigido al turismo, beneficiando a la economía local en donde se encuentra el producto turístico.

Gráfico 18: Destino de recursos económicos en el viaje



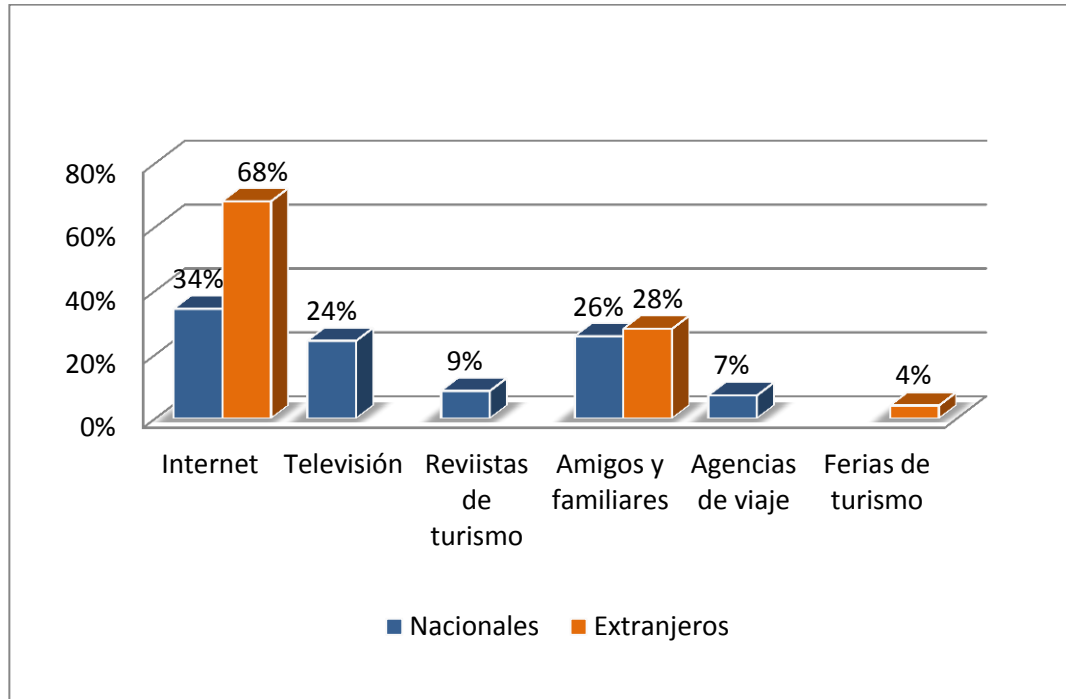
Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

De acuerdo al gráfico, el 41% de visitantes nacionales emplea sus recursos en diversión; el 34% destaca la alimentación como principal inversión de recursos; un porcentaje menor (17%) destina sus recursos a transporte y finalmente el 7% emplea sus recursos en alojamiento. De los turistas extranjeros el principal destino que tienen sus recursos es el transporte con el 44%; el 32% menciona el alojamiento; a la alimentación y a la diversión corresponde el mismo porcentaje que es el 12%.

Una gran parte de visitantes emplea sus recursos en diversión, lo que coincide con Torres (2004), quien afirma que el turismo busca nuevas formas esparcimiento, dejando de lado el turismo tradicional, por lo que el turismo actual hace énfasis en las nuevas tendencias de recreación, considerando dentro del mercado las preferencias del visitante por medio del análisis de dos factores claves como son la oferta y la demanda.

4.1.4. Difusión del proyecto

Gráfico 19: Medios de difusión

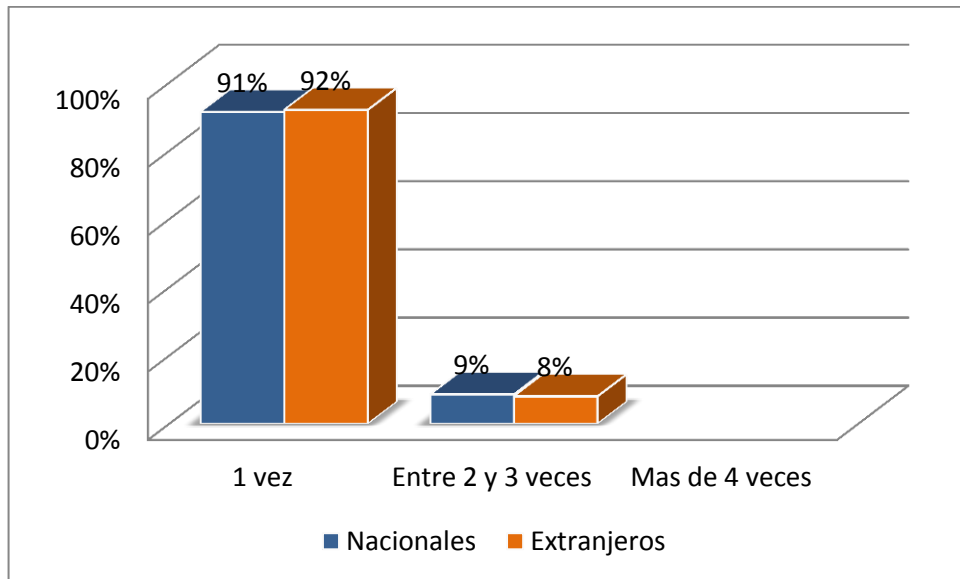


Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

Según los datos expuestos podemos apreciar que el 34% de los turistas conocen del Tren de la Libertad por medio del internet; un 26% a través de amigos y familiares; la cuarta parte (24%) gracias a la publicidad ofrecida por televisión; y el 16 % por información publicitada en ferias y revistas de turismo; en contraste con los visitantes extranjeros de los cuales el 68% conoció del atractivo por medio del internet; el 28% por amigos y familiares; y tan solo el 4% a través de ferias de turismo.

Hernández (2001) agrega que la demanda en el mercado turístico funciona sometida factores relativos a los sistemas de comercialización, amplitud y focalización de las estrategias de marketing; diversidad de los actores que realizan marketing turístico alrededor de determinados productos y lugares geográficos.

Gráfico 20: Frecuencia de visitas

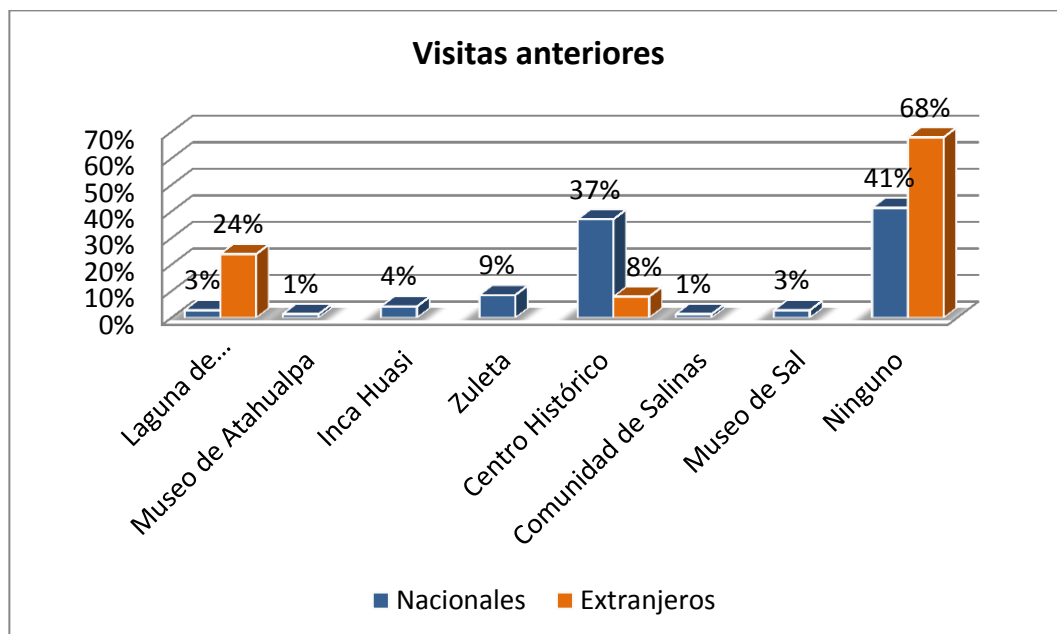


Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

La información recabada indica que el 91% de turistas nacionales visita el Tren de la Libertad por primera vez; y el 9% asegura que ha visitado el atractivo entre dos y tres veces; mientras que ninguno de los encuestados lo ha visitado más de cuatro veces. Con similares porcentajes, de los visitantes extranjeros el 91% visita el atractivo por primera vez; en contraste con el 8% que ha visitado entre 2 y 3 veces; pero ninguno lo ha hecho más de 4 veces.

Este dato es de vital importancia para confirmar que el cantón Ibarra aún no tiene un producto turístico clave, lo que augura éxito al Plan de Mejoramiento y afirmar su retorno al atractivo en una nueva oportunidad.

Gráfico 21: Atractivos visitados antes

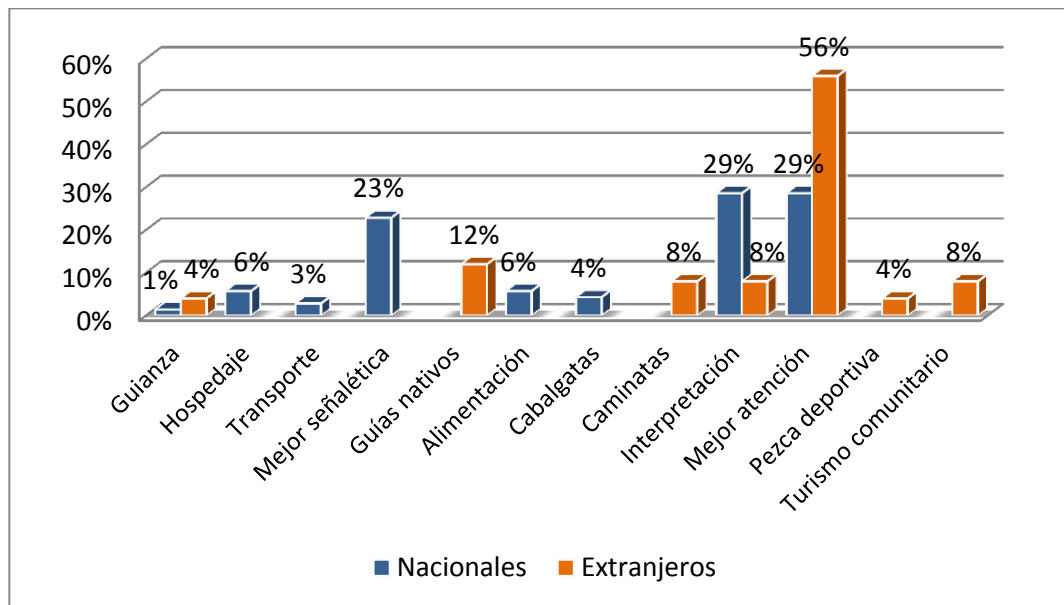


Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

De los turistas nacionales encuestados en el cantón Ibarra, el 41% no ha visitado ningún atractivo previo al Tren de la Libertad; el 37% asegura haber visitado el Centro Histórico; con el 9% está Zuleta; con mínimos porcentajes está el Inca Huasi, Museo de Sal, Laguna de Yahuarcocha, Museo de Atahualpa y la comunidad de Salinas, ya sea por desconocimiento o distancias. Mientras que el 68% de visitantes extranjeros no ha visitado ningún atractivo antes al Tren de la Libertad; la cuarta parte (24%) ha visitado la Laguna de Yahuarcocha y el 8% el Centro Histórico; dando a conocer las falencias que tiene la provincia en lo que se refiere a promoción y difusión de los atractivos turísticos con los que cuenta, tomando en cuenta que las alternativas para dar a conocer un destino son variadas

Como nos da a conocer la American Marketing Association, (2007) que define al marketing como la actividad, conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tengan valor para los clientes, mediante las denominadas cuatro P's del marketing mix: producto, precio, distribución y comunicación.

Gráfico 22: Expectativa del visitante



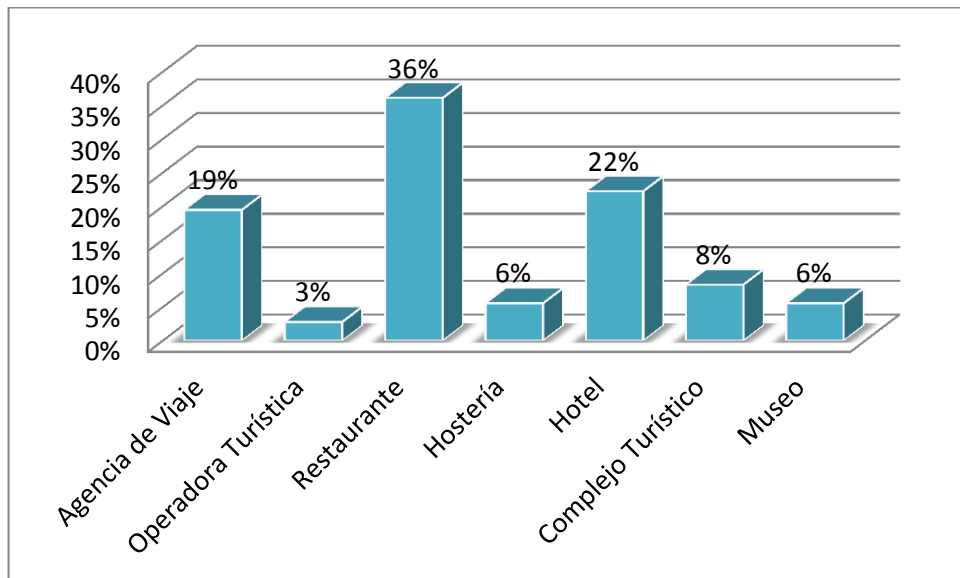
Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

De acuerdo al gráfico podemos apreciar que los turistas nacionales destacan una mejor atención e interpretación con el mismo porcentaje (29%) cada uno; el 23% opta por mejor señalética; a la alimentación y el hospedaje les corresponde el mismo porcentaje que es 6%; las cabalgatas, transporte y guianza con menos del 4%. Coincidiendo con más de la mitad (56%) de visitantes extranjeros a quienes les gustaría experimentar mejor atención; el 12% señala que es importante implementar guías nativos; las caminatas, interpretación y turismo comunitario les corresponde el mismo porcentaje que es el 8%; siendo la pesca deportiva con el 4%. Razón suficiente para implementar el plan de mejoramiento turístico, ya que la mayoría de turistas palpan falencias en la atención, como lo menciona Evans (2008), quien afirma que la finalidad de los planes de mejoramiento es desarrollar una cultura organizacional orientada al mejoramiento permanente de su función, efectuando las acciones correctivas en las políticas y en los distintos procesos y procedimientos de manera oportuna, a fin de garantizar el buen uso de los recursos y una eficiente prestación del servicio que le ha sido encomendado.

4.2. Perfil del empresario

4.2.1. Oferta y demanda

Gráfico 23: Tipo de empresa

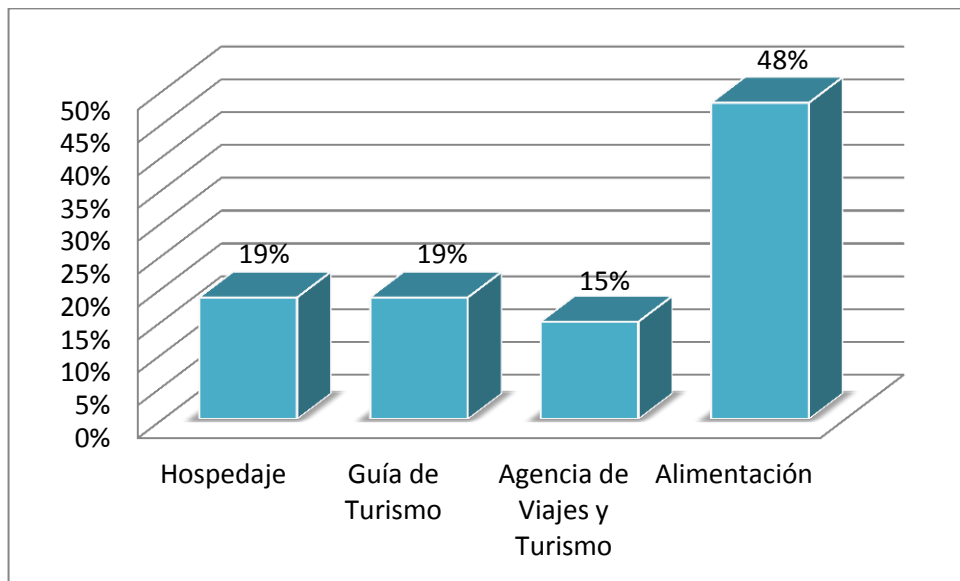


Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

Los registros que se aprecian en el gráfico anterior indican que la distribución de empresas turísticas en Ibarra es variada, siendo su principal oferta turística la alimentación con una gama de restaurantes de todo tipo de gastronomía con un 36%, seguido de la infraestructura hotelera de considerable calidad con un 22%, a continuación con un crecimiento notable se posicionan las agencias de viajes registrando un 19%, luego con un 8% se encuentra el área de complejos turísticos, en penúltimo lugar se localizan con el 6% museos y hosterías dejando en la cola a operadoras de turismo apenas con el 3%.

Sin duda los datos constatan la investigación de La Cámara Provincial de Imbabura (2011) que menciona que el turismo está ubicado en el sector terciario de la economía del país, es decir los servicios, y un turista bien atendido regresa al destino ya no solo sino acompañado.

Gráfico 24: Oferta turística

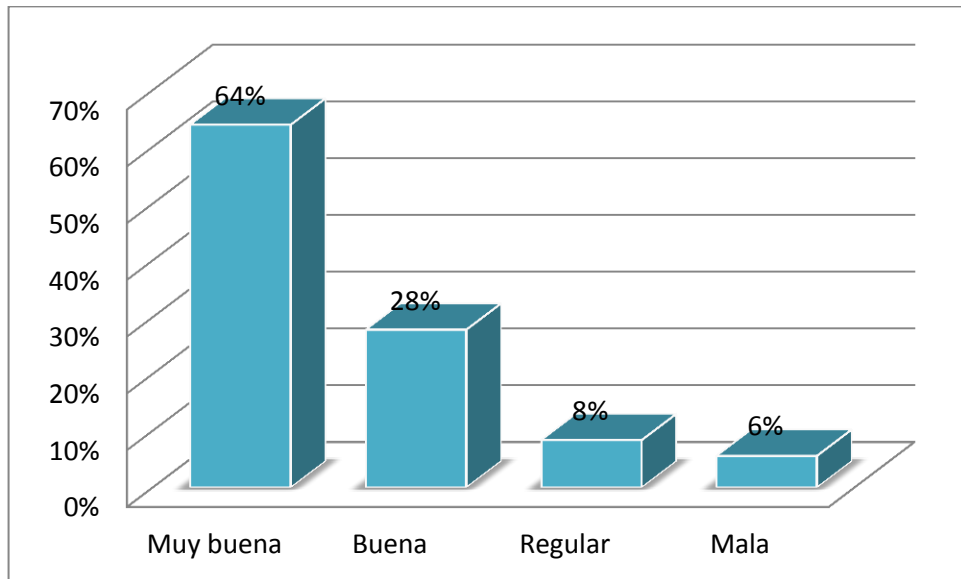


Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

En cuanto a la actividad turística que oferta cada empresa, en el que las empresas con más presencia es la de restaurantes, enmarca un gran porcentaje el servicio de alimentación con el 48%, así mismo y en el mismo orden el que le sigue es el servicio de guianza y hospedaje con el 19% cada uno de estos, mientras que el servicio que ofertan el turismo planificado de agencias de viajes ocupa el último lugar en la tabla con el 15%,

Lo que permite tomar en cuenta y corroborar lo expuesto en el Gráfico 12, en la que la preferencia gastronómica del visitante es típica de la zona, teniendo a su disposición varias opciones alimentarias a lo largo del destino turístico.

Gráfico 25: Situación actual empresarial

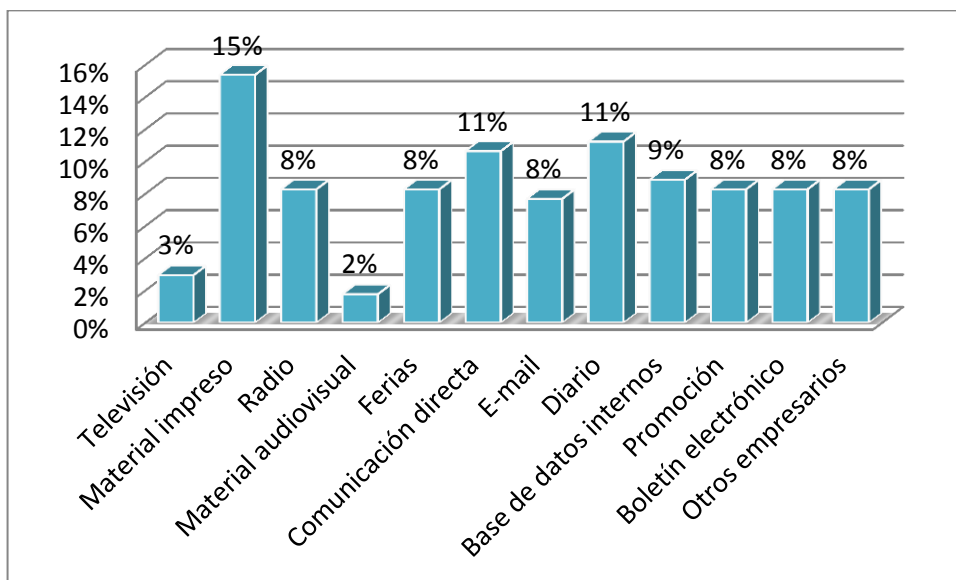


Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

El gráfico indica que la situación actual de cada empresa en la que da a notar que se encuentra en una calificación muy buena con el 64% en la que señala que las empresas están creciendo y tienen planes de expansión a corto plazo (1 año) y empresas que crecimiento es lento, pero se mantienen optimistas y esperan su mejora a mediano plazo con el 28%, por otra parte las empresas que consideran su crecimiento como casi nulo son el 8% y con una calificación mala el 6%.

Según el Ministerio de Turismo (2010), es necesario señalar el aumento progresivo del turismo interno, por lo que las empresas turísticas están tomando las medidas necesarias, planificando y orientando la oferta a este tipo de turismo.

Gráfico 26: Medios publicitarios empresariales

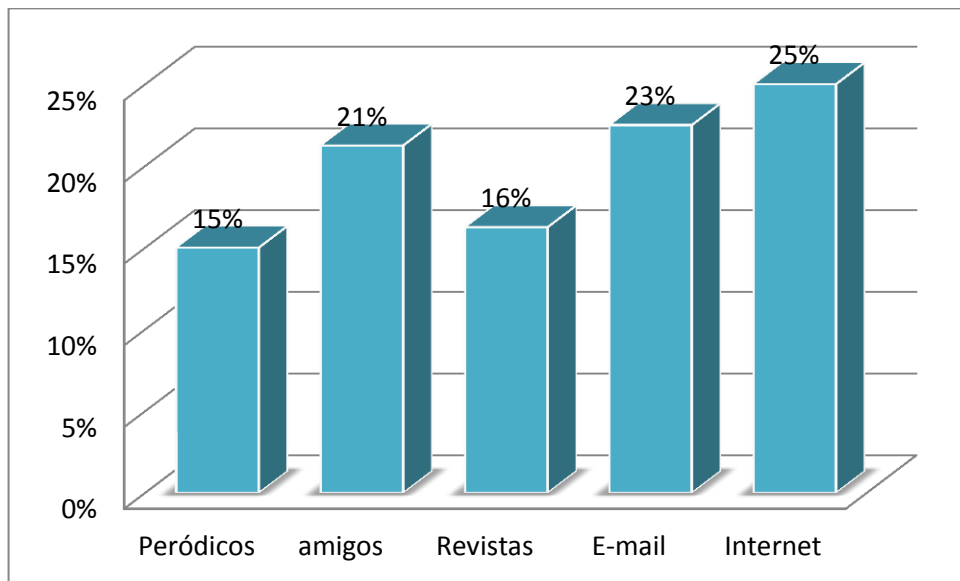


Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

El cuadro que corresponde a los medios que utiliza cada empresa para ofertar sus productos turísticos es bastante variado pero claro, con el 15% el medio más efectivo para promocionar productos turísticos es el material impreso, seguido de la promoción cara a cara con el cliente y la utilización del medio de comunicación más antiguo que son diarios locales con el 11% cada uno, luego se encuentra las bases de datos internos con el 9%, a continuación con el 8% la radio y con el mismo valor e-mails, promoción, ferias turísticas, boletines electrónicos y coordinación con empresarios, en la penúltima posición con el 3% se ubica el medio televisivo y al último con el 2% la utilización de material audiovisual.

Así, se confirma lo expuesto por Santesmases, M (2007), en la que la distribución del servicio es la venta directa y que los canales son cortos, ciertamente la venta directa es frecuente en algunos mercados, pero muchos canales de servicios utilizan más intermediarios.

Gráfico 27: Medios para conocer la demanda

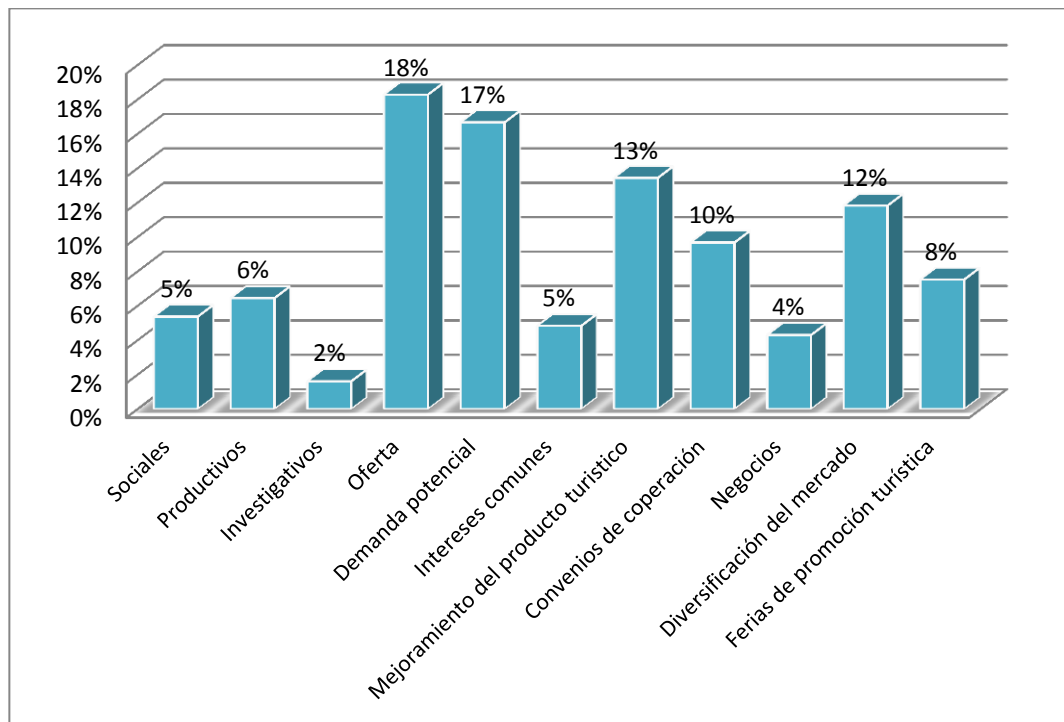


Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

El gráfico expuesto indica que el medio para conocer la demanda turística más adecuado es el Internet con un 25%, seguido de un método parecido como es el correo electrónico (e-mail) con el 23%, a continuación con un método muy simple y clásico, las referencias de amigos que nacen de cualquier tipo de conversación con el 21%, en la siguiente ubicación tenemos el uso de revistas como medios de información con el 16% y por último periódicos con el 15%.

Lo que constata lo dicho por Casado (2006), que la aplicación de los principios del marketing en el turismo no es una excepción, en este sentido, para la consecución de tales objetivos, las empresas y destinos turísticos necesitan informarse, programar e implementar estrategias de marketing; ello les permite tomar decisiones básicas, desde que cliente es el más adecuado para un establecimiento, hasta cómo se va a comunicar con los mismos, pasando por la identificación de la configuración del producto adecuado, entre otros.

Gráfico 28: Beneficios por afiliación a gremios

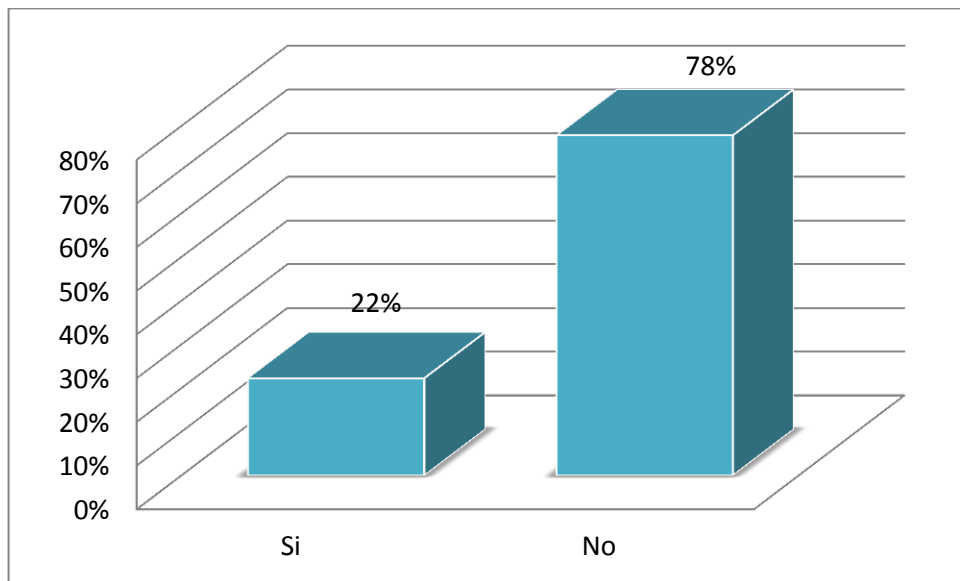


Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

El gráfico indica que el 18% de los empresarios encuestados obtendría beneficios en cuanto a la oferta; con un porcentaje similar (17%) tenemos a la demanda potencial como beneficio gremial; en tercer lugar en importancia está el Mejoramiento del producto turístico con el 13%. Estos datos son muy alentadores para la propuesta, ya que conjuga las principales variables del Plan de mejoramiento.

Con porcentajes medios tenemos los beneficios productivos, convenios de cooperación, ferias de promoción turística, los cuales son complemento para la oferta y demanda, de esta forma se asegura un lugar en el mercado turístico dando a conocer el atractivo y luego se lograra el apoderamiento de mercados turísticos.

Gráfico 29: Aporte a la oferta y demanda del Tren de la Libertad

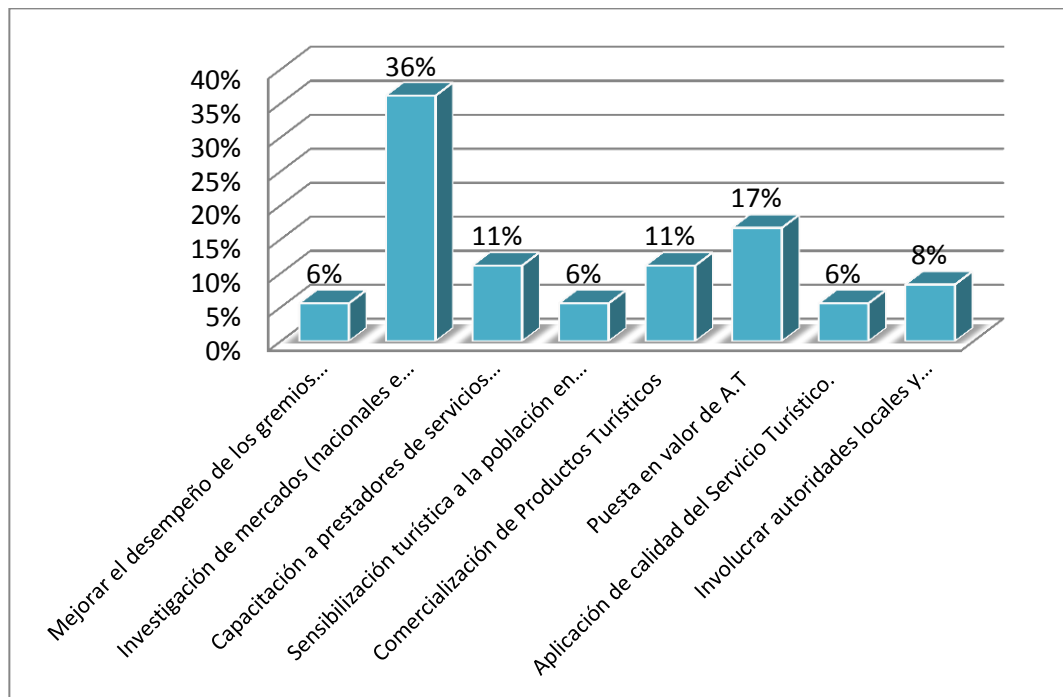


Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

La tabla y el gráfico expuestos indican que el 78% de empresas turísticas encuestadas no aporta a la oferta y a la demanda de “El Tren de la Libertad”; mientras que un muy bajo porcentaje (22%) expone que si aporta de alguna manera.

Estas cifras reflejan en gran manera la importancia y la urgencia de integrar a las empresas turísticas a la oferta y demanda, ya que no se puede hablar de un destino sin la dinamización de los elementos turísticos, los cuales están dispuestos a cooperar.

Gráfico 30: Principal alternativa empresarial



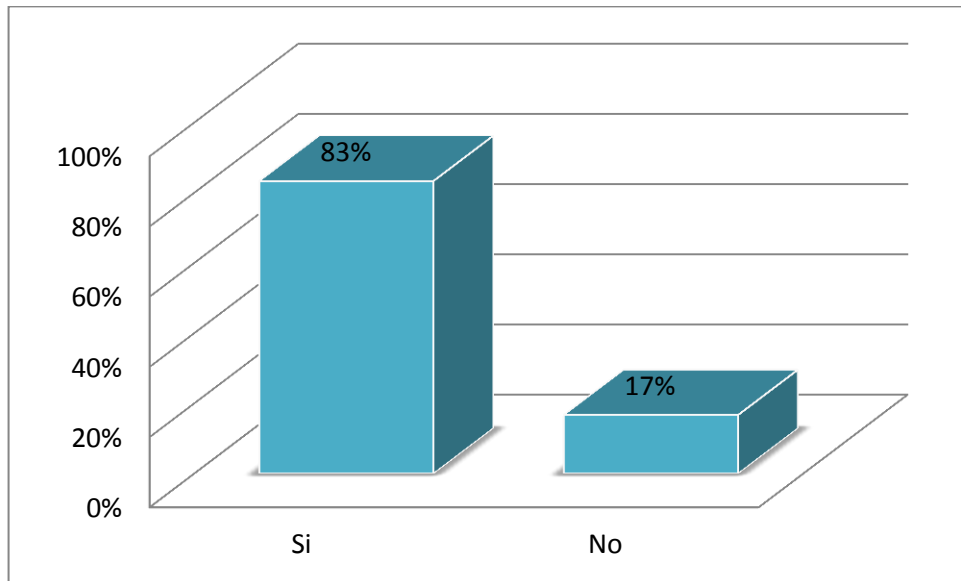
Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

En los datos expuestos podemos apreciar que el 36% de empresarios turísticos encuestados afirma que la estrategia más importante para su empresa es la investigación de mercados nacionales e internacionales; siendo el Plan de Mejoramiento un punto importante para la innovación de estrategias dirigidas a la consecución de esta alternativa.

El 17% indica que la principal alternativa es la puesta en valor de atractivos turísticos (desarrollo de nuevos productos turísticos); con el 11% tenemos dos alternativas, las cuales son: Capacitación a prestadores de servicios relacionados y Promoción y comercialización de Productos Turísticos.

Con menos del 8% tenemos alternativas como: Mejorar el desempeño de los gremios relacionados con el turismo (cámaras, asociaciones), Sensibilización turística a la población en general, Aplicación de la normatividad de calidad del Servicio Turístico e Involucrar la participación de autoridades locales y comunidades.

Gráfico 31: Aporte voluntario empresarial

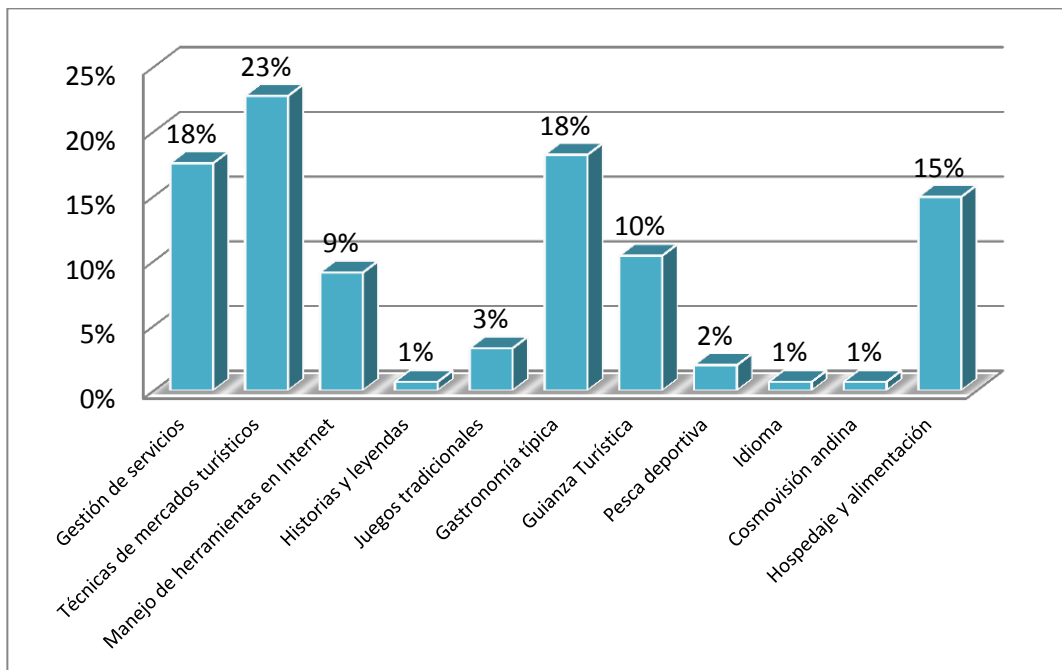


Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

De acuerdo a la información recabada, el 83% de empresarios indican que les gustaría aportar con alguna actividad turística a la ruta; mientras que el 17% restante no muestra interés en participar en la oferta de “El Tren de la Libertad”.

Esta información es muy relevante, ya que muestra el nivel de la posible aceptación que tiene el Plan de Mejoramiento Turístico por parte de los empresarios y esto permitirá complementar la oferta y agrandar las expectativas del visitante.

Gráfico 32: Actividades con las que se identifica



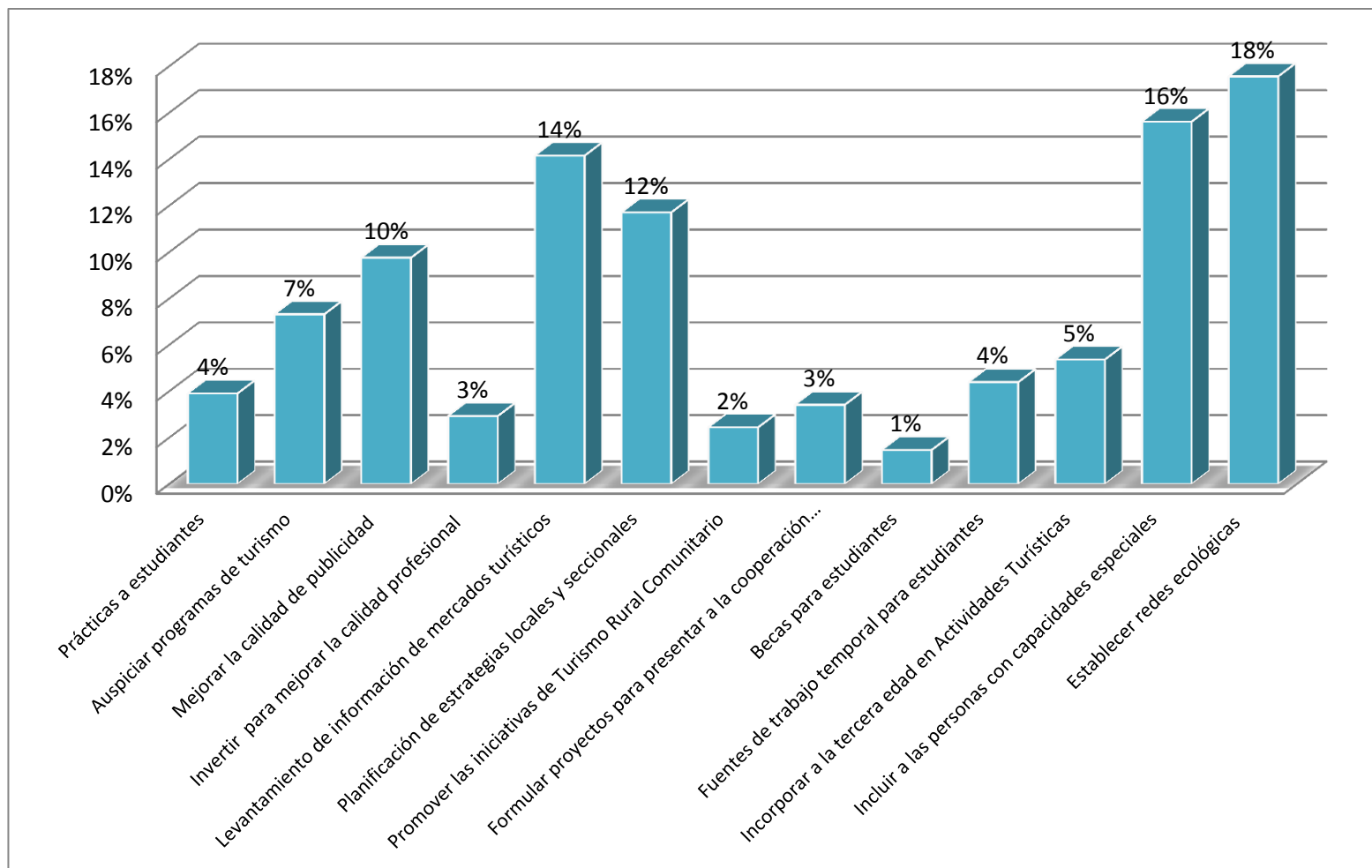
Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

Según los datos obtenidos en la tabla y gráfica anterior, podemos notar que la actividad turística más seleccionada es Técnicas de mercados turísticos con el 23%; seguidamente encontramos la gastronomía típica con el 18%, ya que encontramos el servicio de alimentación como el más demandado a lo largo de la ruta; con el 17% tenemos la Gestión de servicios y con un porcentaje similar está el Hospedaje y alimentación con el 15%

Con menores porcentajes, pero no menos importantes está la Guianza turística con el 10%; el manejo de herramientas en internet a la comunidad con el 9%; y con porcentajes menores al 3% están: Historias y leyendas de la construcción de los rieles, Juegos tradicionales, Pesca deportiva, Idioma y Cosmovisión andina.

Sin embargo existen dos alternativas, las cuales no han sido tomadas en cuenta por parte de la empresa turística, estas son: Oralidad ancestral y venta de artesanías, ambas con el 0%.

Gráfico 33: Compromisos para mejorar la oferta de la ruta



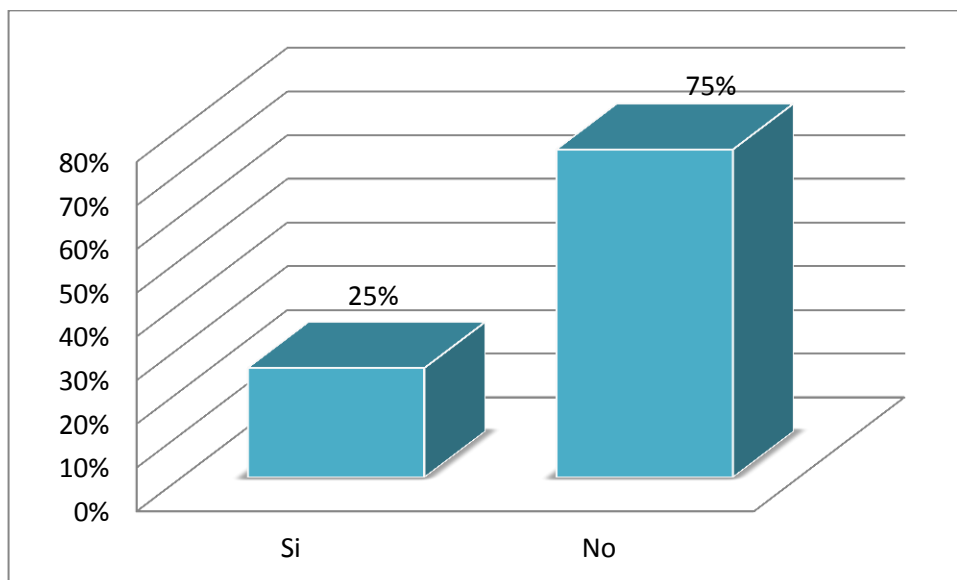
Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

En los datos expuestos podemos apreciar que el 18% de empresarios turísticos encuestados, le gustaría Establecer redes ecológicas y turísticas nacionales e Internacionales; con un porcentaje cercano (16%) encontramos la Inclusión de personas con capacidades especiales en actividades turísticas; el 14% establece que uno de los compromisos a asumir sería el Levantamiento de información de mercados turísticos.

Los compromisos que podrían ser asumidos en menor aceptación son: Participar en la planificación de estrategias locales y seccionales con el 12%; Mejorar la calidad de publicidad para la región con el 10%; Auspiciar programas de turismo en las Comunidades con el 7%.

Las alternativas menos acogidas y que están bajo el 6% son: Aportar en las prácticas a estudiantes de turismo, Invertir en iniciativas de turismo para mejorar la calidad profesional, Promover las iniciativas de Turismo Rural Comunitario, Formular proyectos para presentar a la cooperación internacional, Becas para estudiantes, Fuentes de trabajo temporal para estudiantes, y por último Incorporar a la tercera edad en Actividades Turísticas.

Gráfico 34: Grado de satisfacción por la demanda de la ruta

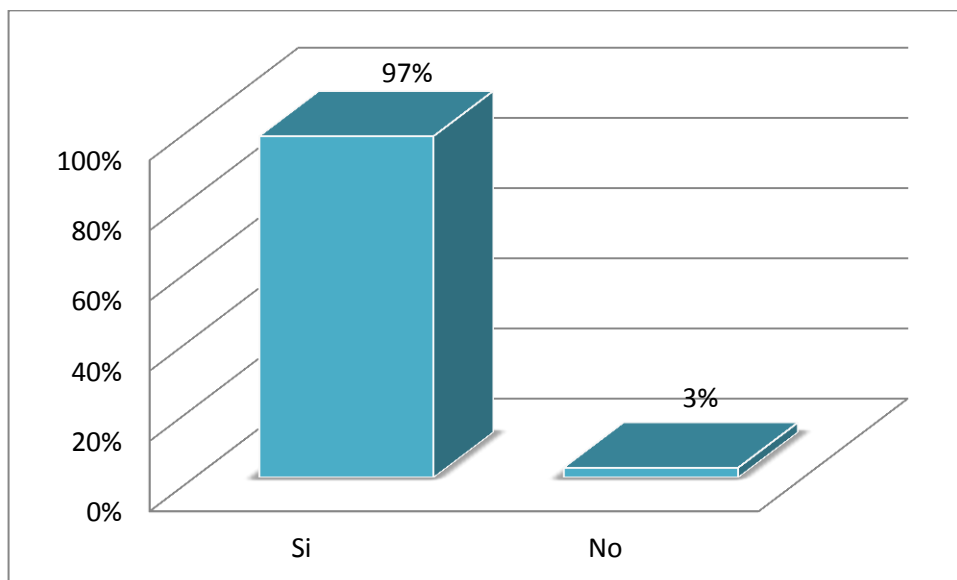


Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

En los datos expuestos podemos apreciar que el 75% de empresarios turísticos no se siente satisfecho por la demanda de ruta “El Tren de la Libertad”; mientras que el 25% restante afirma sentirse cómodo con la actual demanda que presenta la ruta.

Se puede evidenciar la magnitud de descontento existente en el sector turístico, ya que la demanda ha sido limitada a ciertos sectores y no contemplan la inclusión social ni empresarial siendo la principal causa la demanda, lo cual podría mejorar con la aplicación del Plan de Mejoramiento Turístico.

Gráfico 35: Aceptación del Plan de Mejoramiento

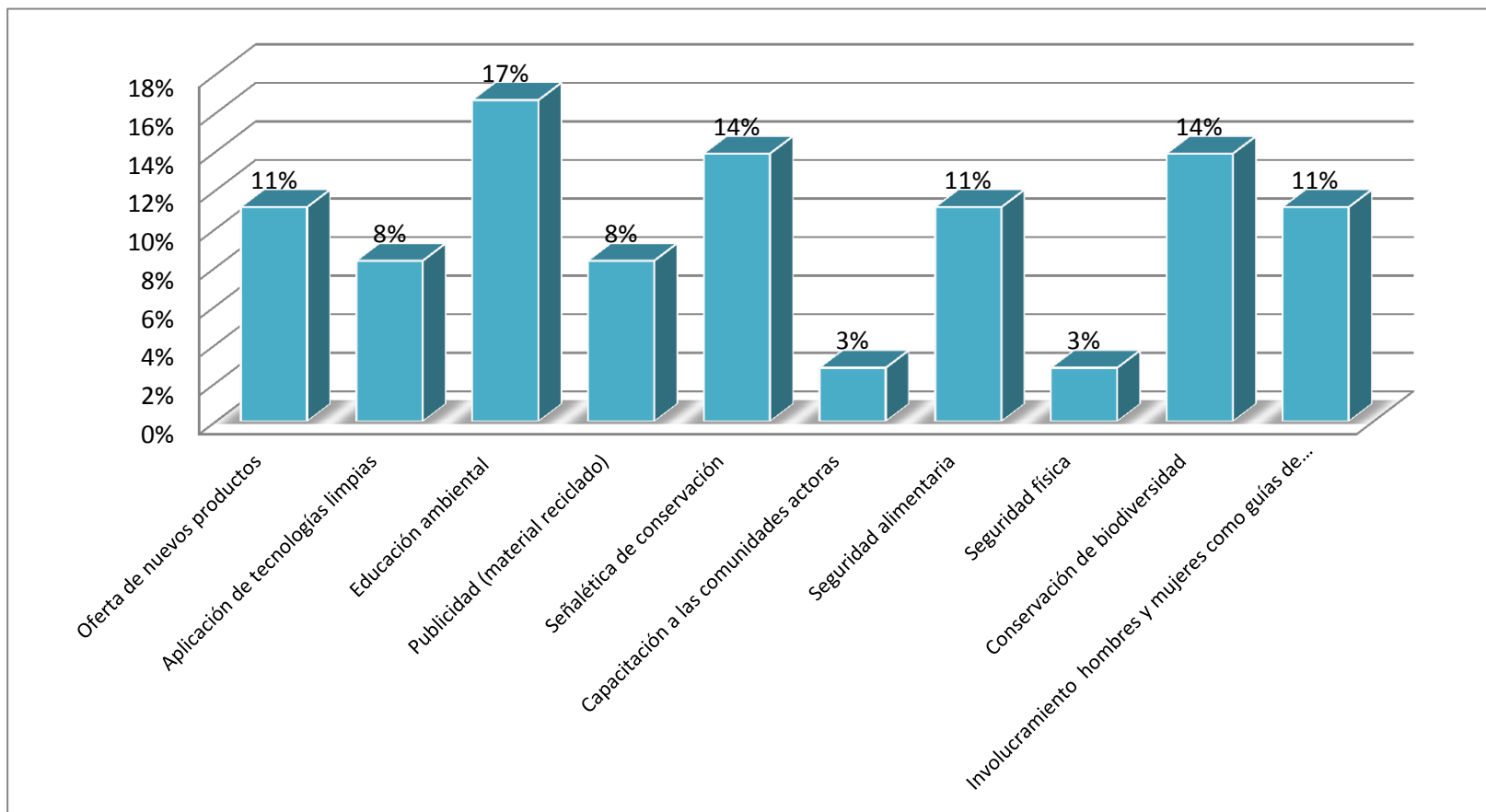


Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

La tabla y el gráfico indican que el 97% de empresarios turísticos a los cuales fue aplicada la encuesta, está de acuerdo en el diseño del Plan de Mejoramiento Turístico en la Ruta El Tren de La Libertad”, ya que podría ampliar el mercado turístico. Dato suficiente para proceder a implementar el proyecto para generar dinámica entre los diferentes elementos del turismo.

La aplicación de un Plan de Mejoramiento Turístico es fundamental para brindar nuevas alternativas de turismo a visitantes y aumentar la demanda, con lo cual empresas vinculadas al sector turístico tienen la posibilidad de aumentar su oferta con nuevas alternativas.

Gráfico 36: Estrategia de sostenibilidad

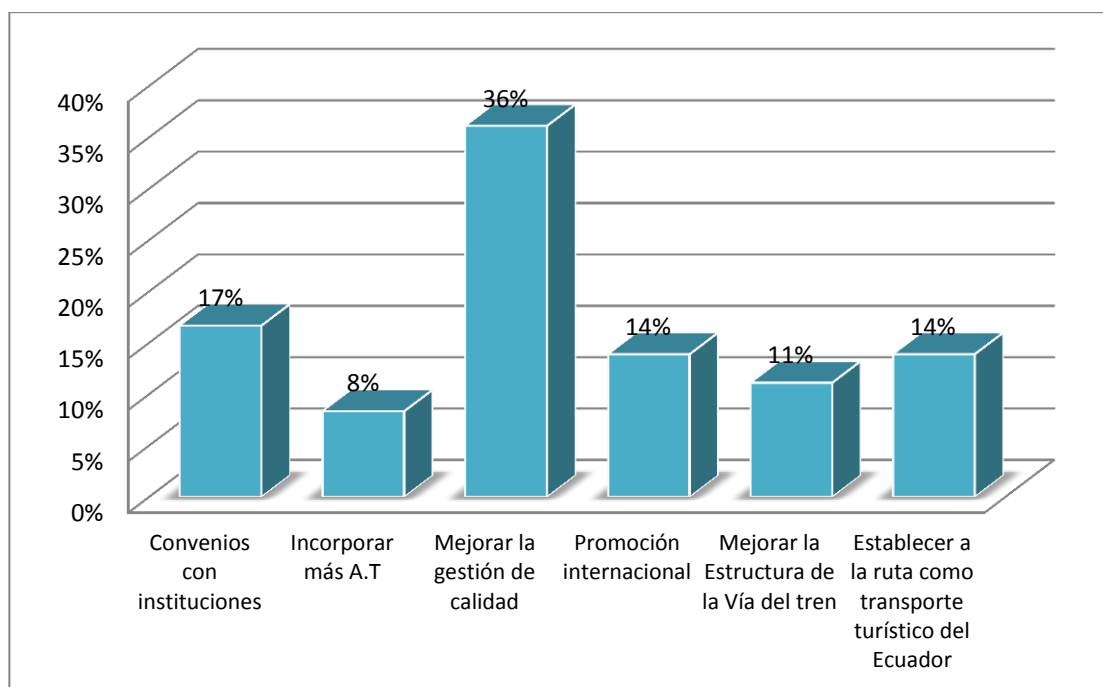


Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

El grafico anterior nos indica claramente que la principal estrategia de desarrollo sostenible en la ruta es la educación ambiental en todo el recorrido con el 17%; en segunda posición se encuentran dos estrategias con el 14%, señalética turística de conservación de biodiversidad y programa de conservación de biodiversidad; seguido de tres estrategias con el 11% oferta de nuevos productos turísticos basados en el turismo sostenible, involucramiento de jóvenes, adultos y niños, hombres y mujeres como guías de turismo y seguridad alimentaria; a continuación tenemos aplicación de tecnologías limpias y publicidad turística con material reciclado con el 8%; por ultimo con el 3% de aceptación de los empresarios, capacitación de tecnologías limpias a las comunidades actoras de la ruta y seguridad física.

Los resultados son claros y como lo establece Machado (2009), para que toda la oferta turística tenga su verdadero valor, es necesario predeterminar un conjunto de planes estratégicos para conseguir un desarrollo total del turismo.

Gráfico 37: Mejor alternativa para convertir a la ruta como destino turístico



Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

Sobre la pregunta anterior los empresarios creen que la mejor alternativa para convertir a la ruta “El Tren de la Libertad” como destino turístico del Ecuador es mejorar la gestión de calidad con el 36%, según como lo explica Villacís (2004), que el proceso implica la inversión en nuevas maquinaria y equipos de alta tecnología más eficientes, el mejoramiento de la calidad del servicio a los clientes, el aumento en los niveles de desempeño del recurso humano a través de la capacitación continua, y la inversión en investigación y desarrollo que permita a la empresa estar al día con las nuevas tecnologías, a continuación con el 17% convenios con instituciones públicas nacionales e internacionales, seguido de la promoción internacional en medios televisivos y establecer a la ruta como un medio de transporte turístico del Ecuador con el 14%, luego de la alternativa de mejorar la estructura de las vías del tren con el 11% y finalmente con poca aceptación incorporar nuevos atractivos turísticos con el 8%.

4.3. Capacitaciones realizadas en Salinas

Nº	NOMBRE	FECHA	ENTIDAD RESPONSABLE
1	Capacitación "Elaboración de proyectos"	Octubre 2013	CACMU
2	Capacitación "Líderes para siempre"	Agosto 2013	Liceo Aduanero
3	Capacitación "Corte, confección y serigrafía"	Julio 2013	Fundación CODESPRO
4	Capacitación "Bebé, piénsalo bien"	Julio 2013	Patronato de Acción Social
5	Capacitación "Cadena productiva de turismo"	Junio 2013	Gobierno Parroquial Santa Catalina de Salinas
6	Taller de Pintura en tela	Junio 2013	SECAP
7	Taller de Identidad	Mayo 2013	Ministerio Coordinador de Salud y Corporación Técnica Belga
8	Capacitación "Radiodifusión"	Abril 2013	PUCE-SI
9	Taller de Piano	Febrero 2013	Gobierno Parroquial Santa Catalina de Salinas
10	Capacitación "Grupo de danza Mandela"	Enero 2013	Gobierno Parroquial Santa Catalina de Salinas
11	Capacitación "Turismo comunitario"	Diciembre 2012	ITCA
12	Capacitación "Proyectos Sociales"	Noviembre 2012	MIES
13	Capacitación "Emprendedores Palenque"	Octubre 2012	MIES
14	Capacitación "Turismo cultural"	Agosto 2012	MINTUR
15	Capacitación "Valoración cultural"	Julio 2012	MINTUR

Fuente: Plan de Desarrollo Parroquial Salinas
Elaboración: Guzmán A; Herrera E. (2013)

Tabla 7: Capacitaciones

La comunidad de Salinas, en los últimos años, ha sido referente de superación a nivel de todos los segmentos poblacionales, gracias a la gestión de sus autoridades, principalmente del Abogado Raúl Maldonado, Presidente de la Junta Parroquial de Salinas, mediante el cual, entidades públicas y privadas han aportado positivamente a la formación de los habitantes de la comunidad en diferentes áreas.

El principal interés de la comunidad, es generar proyectos productivos, vinculados al turismo, ya que la dinamización del mismo en la parroquia, ha demandado establecer estándares de calidad, para lo cual, se han dictado capacitaciones y talleres en diferentes áreas que comprenden: el aspecto social, turístico, de identidad, artístico y artesanal; siendo de mucha utilidad para la generación de divisas.

Sin embargo, como se ha revisado en capítulos anteriores, para la práctica de un turismo responsable, es imprescindible abordar las buenas prácticas medioambientales.

A partir del análisis de la planificación de capacitaciones dictadas a la comunidad de Salinas, se detectó la nula importancia al cuidado del medio ambiente, para lo cual es fundamental indagar acerca de la educación ambiental, para complementar la formación y llevarla a la objetividad.

4.4. Entrevista

Dirigida a Sindi Tapia (Representante del GAD Parroquial)

Primera Pregunta:

Para la Parroquia de Santa Catalina de Salinas, ¿Qué fortalezas y debilidades tiene la ruta “El Tren de la Libertad”, con respecto a la comunidad?

Respuesta:

La demanda del turismo a causa de la ruta es alta, lo que permite dar a conocer al visitante lo hermoso de nuestra cultura, nuestra forma de vida, nuestras costumbres y tradiciones, nuestra producción, gastronomía e historia que es nuestro objetivo, pero nos gustaría recibir algo a cambio de lo que ofrecemos, que no se quede en palabras de felicitación, sino que nos ayuden a aumentar la economía local, ya que no existen convenios con empresas y el turista mira, disfruta y se va, a fin de cuentas pagaron su ticket por el transporte y no más.

Algo positivo es que las Autoridades locales con su representante el Abogado Raúl Maldonado y los integrantes de las diferentes Asociaciones de la Parroquia, buscan los medios para la superación de la Comunidad, planificando actividades que comprenden aspectos sociales, culturales y educativos, en estos aspectos estamos muy bien dotados porque hemos recibido talleres, seminarios y capacitaciones en diferentes áreas por instituciones voluntarias, por lo general estamos recibiendo de uno a dos capacitaciones por mes durante los dos últimos años.

Segunda Pregunta:

Con lo referente a talleres, seminarios y capacitaciones, ¿En qué área les gustaría fortalecer sus conocimientos?

Respuesta:

Como le decía, la comunidad es privilegiada por recibir capacitaciones de todo tipo y con mucha frecuencia, pero tenemos muchas falencias en el área Ambiental, así que nos gustaría que se tome en cuenta este aspecto.

Análisis:

Luego de conversar con Sindi Tapia, tuvimos la oportunidad de también escuchar a los jóvenes de la Parroquia que nos dieron a conocer sus inquietudes y necesidades y uno de ellos Jairo Maldonado quien está cursando el sexto nivel de Administración de Empresas nos dijo que la única área que no han tomado en cuenta para capacitarles es la ambiental y que tienen muchas falencias en ese aspecto, “Nos gustaría tener más conocimientos en el área ambiental, para dar una mejor imagen como Parroquia y como destino turístico y ser un ejemplo de superación para la Provincia y el País”, recalcó.

Según la entrevista realizada a Sindi Tapia, el turismo debería ser una fuente de ingreso económico para la comunidad, sin embargo no lo es, ya que como dice Sindi, el turista, disfruta observa y se va, no adquiere la producción local, una de las razones es el pago del ticket que incluye el transporte, guianza en el tren, guianza en Salinas y retorno, pero sin una participación relevante de la comunidad en los beneficios.

Con este dato importante, vemos la necesidad de integrar la producción gastronómica, artesanal y cultural que ofrece Salinas, mediante el pago o la compra de un producto completo en el que se incluya bebida, almuerzo y artesanías, lo que permitirá el desarrollo de las partes implicadas, Ferrocarriles del Ecuador y sobre todo la Comunidad de Salinas, con el ingreso fijo de la compra del producto turístico.

Otro punto relevante, es la incorporación de un Programa de Capacitación Ambiental a nuestro Plan de Mejoramiento del producto turístico, debido a que Salinas, a pesar de ser altamente beneficiada en esos aspectos, los mismos jóvenes de la Parroquia reconoce que a pesar de tener varias capacitaciones a su favor, todavía les falta instruirse en el área Ambiental y ellos mismo a través de una conversación colectiva se manifestaron sobre este aspecto.

El análisis de los métodos y técnicas de investigación, dan lugar al desglose de conclusiones y recomendaciones, los cuales servirán de sustento para diseñar la propuesta alternativa.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- a. La oferta de la ruta “El Tren de la Libertad”, es limitada y no cumple con las expectativas del turista, ya que ofrece un paquete simple, siendo el viaje ida y vuelta en ferrocarril el principal atractivo, y no contempla la gran cantidad de componentes culturales, naturales y sociales, los cuales pueden aportar significativamente a una mejor experiencia para el visitante, además de fortalecer el desarrollo entre comunidad y empresa.
- b. Existe alta demanda del producto “Tren de la Libertad”, que está dispuesta a permanecer más de un día en la comunidad de Salinas, siendo el turismo nacional el principal segmento de mercado, los mismos buscan diversos tipos de turismo, además tienen solvencia económica para disfrutar de la ruta.
- c. Los habitantes de Salinas han tenido capacitaciones en diversas áreas, pero ninguna en educación ambiental; lo que ha contribuido a desaprovechar espacios verdes, deteriorando el paisaje; además el acceso para personas con movilidad reducida es limitado, debido a que no posee rampas para acceder al ferrocarril con una señalética turística deteriorada.
- d. Los turistas que han visitado el “Tren de la Libertad”, desean experimentar nuevas actividades y servicios dentro de la ruta, para satisfacer las necesidades del turismo actual.

5.2 Recomendaciones

- a. Incluir a todos los agentes turísticos; empresarios, comunidad, turistas y autoridades, a generar alternativas que promuevan la riqueza cultural y natural con carácter sostenible, para aportar al desarrollo y reconocimiento de la ruta; a través de convenios con gobiernos locales, ministerios y embajadas, para promocionar la ruta “El Tren de la Libertad”.
- b. Aumentar frecuencias, implementar infraestructura turística, mejorar la calidad de atención para satisfacer la demanda de turistas al “Tren de la Libertad”, además de realizar estudios de mercado periódicamente para conocer las tendencias del turista y poder aportar con componentes complementarios al producto turístico.
- c. Implementar el Plan de Mejoramiento Turístico en la ruta para posicionar a “El Tren de la Libertad” como destino turístico del Ecuador, a través de aportes a la comunidad de Salinas en educación ambiental, para complementar los conocimientos; incluir a las personas con movilidad reducida al turismo; diseñar la señalética y promocionar el producto a nivel nacional e internacional.
- d. Determinar un nuevo guión y actividades que permitan que el visitante disfrute de una ruta inclusiva con todos los actores turísticos, y establecer un nuevo precio, el cual compense la calidad del producto turístico.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1. Título de la Propuesta

Plan de mejoramiento del producto turístico “El Tren de la Libertad”, para posicionarlo como destino turístico.

6.2. Justificación e Importancia

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo guarda una estrecha relación con el desarrollo, esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso, el cual debe incentivar la conservación de recursos naturales y culturales, impidiendo el deterioro y la desvalorización de su entorno, promover la distribución equitativa de los beneficios económicos, sociales, y culturales que ofrezca dicho sector.

El turismo representa un sector estratégico y por lo tanto, la propuesta está dirigida a innovar la estructura, procesos y planificación estratégica, para responder con eficiencia, y convertir a la Ruta el Tren de la Libertad en la primera apuesta productiva del cantón con inclusión social, alineándose a los principios fundamentales de la Constitución Nacional y a los objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir.

En consecuencia, el Plan de Mejoramiento Turístico, una vez aprobado como trabajo de grado, se socializara con los involucrados y si es de su consideración y conveniencia, será ejecutado y permitirá el aprovechamiento idóneo de los recursos naturales y culturales, la integración de todos los actores y sectores, la generación de nuevas fuentes de trabajo, el respeto a la cultura, la conservación de la biodiversidad, y por ende el buen vivir de la población beneficiaria, creando un destino eco turístico, competitivo, organizado y sostenible.

6.3. Fundamentación

La presente propuesta se fundamenta en los siguientes aspectos tales como:

6.3.1. Fundamentación educativa

El presente proyecto favorecerá la formación educativa a todos los actores del sistema turístico: habitantes, turistas y trabajadores de la empresa, en temas culturales, turísticos y ecológicos, los cuales aportarán al desarrollo de habilidades y conocimientos, para la conservación y adecuado aprovechamiento de los recursos. De la misma manera se brindará a los turistas las facilidades de disfrutar de la riqueza cultural y natural existente a lo largo de la ruta, dinamizando la actividad turística.

6.3.2. Fundamentación social

La propuesta contribuirá a la consolidación entre los actores de la actividad turística, involucrándose necesariamente toda la población a ser partícipes activos del destino turístico a mejorar. El mejoramiento de la

infraestructura turística será un aporte significativo para la localidad, conjuntamente con la actitud emprendedora, constituirán la base para el desarrollo del turismo, y por ende generará nuevas plazas de empleo, que tiene como consecuencia el incremento del nivel de vida de los beneficiarios directos, además de revalorizar sus costumbres y tradiciones locales.

6.3.3. Fundamentación psicológica

La fundamentación psicológica tiene la finalidad de observar como la población y turistas reaccionarán al cambio positivo en el sistema turístico local, además logrará motivar a la participación en proyectos de turismo, y así evitar la desvalorización cultural, contribuyendo al desarrollo local.

6.3.4. Fundamentación para la sustentabilidad

El Plan de Mejoramiento fomentará en los habitantes locales y turistas de la ruta, una conciencia ecológica, a través del aprovechamiento responsable de los recursos naturales, siendo uno de los principales objetivos promover el respeto y conservación de los ecosistemas, por medio de programas de educación ambiental.

6.3.5. Fundamentación turística

La presente propuesta ofrece producto turístico innovador, el cual estará basado en los tres pilares de la sostenibilidad; ambiental, social y económico, garantizando el equilibrio entre estos factores, el cual será acogido por turistas principalmente extranjeros, quienes buscan alternativas nuevas y de calidad.

6.4. Objetivos

6.4.1 General

Convertir a la ruta “El Tren de la Libertad” en destino turístico de la provincia y el país, mediante un diseño alternativo del producto actual.

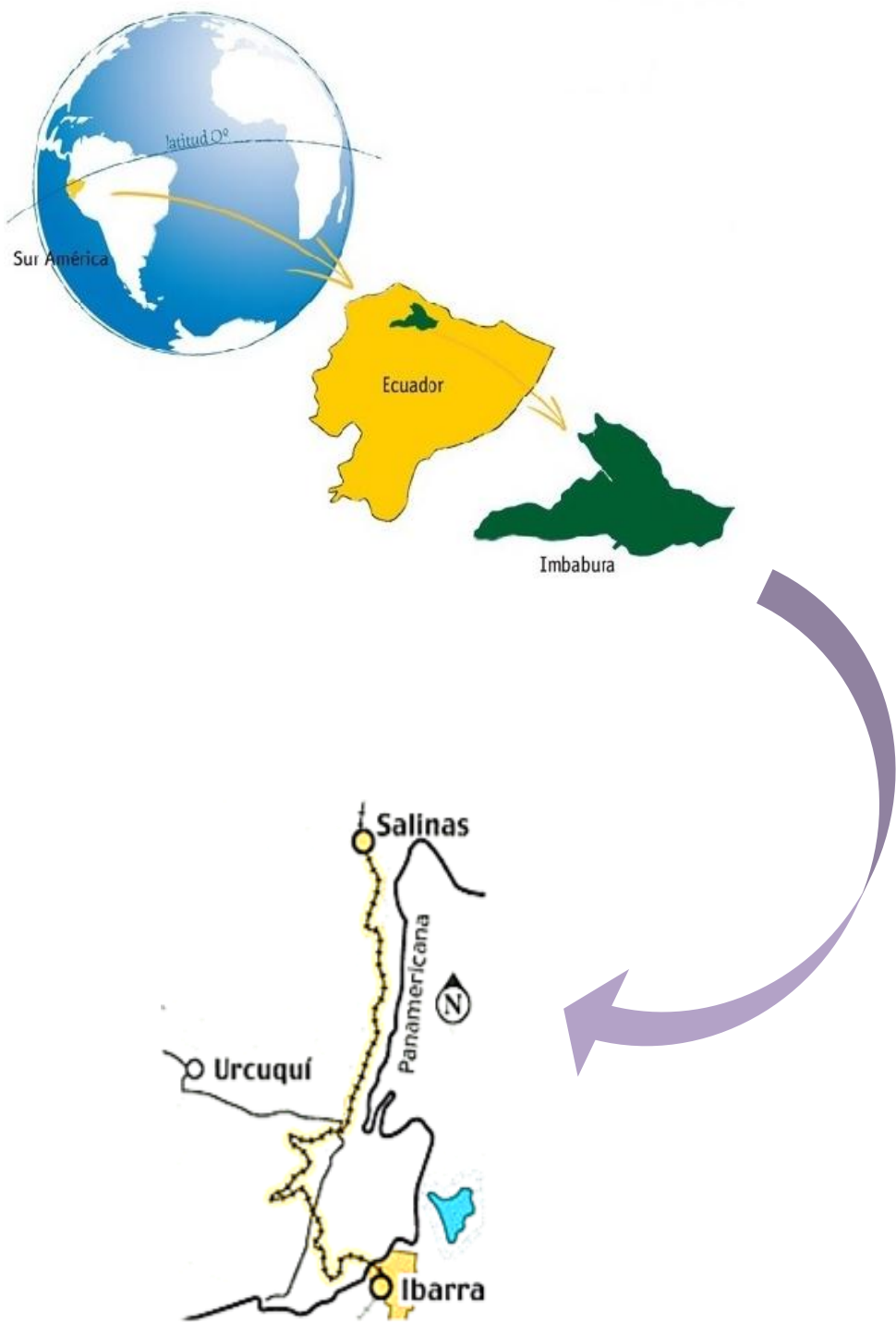
6.4.2 Específicos

- a. Instruir a la comunidad en temas ambientales, para garantizar el turismo sostenible.
- b. Incluir a las personas con movilidad reducida en actividades turísticas dentro de la ruta el “Tren de la Libertad”.
- c. Diseñar la señalética turística, para ofrecer una información adecuada y oportuna.
- d. Innovar la ruta “El Tren de la Libertad” y convertirlo en un producto eco turístico, competitivo, organizado y sostenible.
- e. Promocionar a la ruta el “Tren de la Libertad” a nivel nacional e internacional.

6.5. Ubicación sectorial y física

La presente investigación se realizó en la Ruta del Tren de la Libertad, la cual comprende los cantones Ibarra y Urcuquí, ubicados al noroeste de la provincia de Imbabura. La ruta tiene una distancia de 30km o una hora con cuarenta y cinco minutos de recorrido, desde la estación de Ibarra, a la estación de Salinas.

Ilustración 4: Ubicación de la ruta



Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

6.6. Producto Turístico Actual

6.6.1. Ruta “El Tren de la Libertad”

El Tren de la Libertad o del norte, llamado así debido a la oportunidad que brindó muchos años atrás de conectar la sierra centro – norte del Ecuador con pueblos afro ecuatorianos de la provincia de Esmeraldas, es el transporte ideal y la ruta turística que atraviesa la línea férrea y por la cual los viajeros conocerán más de 100 años historia de la parte norte del Ecuador, teniendo como escenario el bosque seco andino.

La ruta es muy interesante y agradable. A pocos minutos de la Estación de Tren de Ibarra, el viaje nos conduce hasta el primer puente sostenido a más de cien metros de altura sobre el río Ambi, este tiene una extensión aproximada de 80 metros, el paisaje es fantástico y posiblemente difícil de admirarse en otros lugares. El camino continúa y poco a poco vamos descendiendo hacia el Valle del Chota atravesando otros puentes. Durante el trayecto se observa, junto a la vía, antiguas haciendas, casas de campo y cultivos agrícolas. Rápidamente la ruta desciende desde los 2200 metros o más en Ibarra a unos 1900 msnm. El principal atractivo, son siete túneles por los que atraviesa el auto ferro hasta llegar a Salinas, los cuales fueron excavados en la roca de la montaña a pico y pala por trabajadores ferroviarios, algunos de ellos desde 1935. Los viajeros deben cruzar dos puentes: uno de 80 metros sobre el río Ambi y otro de 35 metros sobre el río Chorlaví.

Después de las casi dos horas de aventura en el ferro, se llega al poblado de Salinas. El vaivén de los cañaverales al viento marca el entorno y paisaje del Valle de Salinas, en donde el calor y la calidez de su gente, la mayoría de ascendencia afro ecuatoriana nos dan la bienvenida.

6.6.1.1. Itinerario

Tabla 8: Itinerario de la ruta “El Tren de la Libertad” FEEP.

Hora	Actividad	Descripción
10:00 a 10:30	Entrega de boletos (Estación Ibarra)	Se entrega al pasajero su ticket, previamente adquiridos con reservación para el abordaje.
10:30 a 12:15	Salida de la Estación Ibarra	Durante el trayecto de Ibarra a Salinas, el guía aporta brevemente con información importante, durante todo el recorrido, sobre la historia e información relevante de Ibarra, el proceso de creación del ferrocarril en el Ecuador, flora, fauna de Salinas y datos generales sobre la comunidad de Salinas.
12:15 a 12:40	Llegada a la estación Salinas	La comunidad recibe al turista con una danza típica, en donde se puede formar parte de los danzantes.
12:40 a 13:50	Recorrido en Salinas	Se realiza el recorrido por cuatro murales que representan la identidad de la comunidad de Salinas, posteriormente se visita el Museo de Sal, en donde se expone la técnica con la que se extraía la sal de las minas.
13:50 a 14:50	Museo de Sal	Se muestra cómo se extraía la sal en tiempos antiguos.
15:00	Retorno a la Estación Ibarra	Se solicita la entrega del ticket de retorno.

Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

6.6.1.2. Detalle

6.6.1.2.1. Entrega de boletos (Estación Ibarra)



Fotografía 1: Entrega de boletos Estación Ibarra
Fuente: Guzmán A, Herrera E. (2013)

Para la entrega de boletos y abordaje es necesario que el turista esté media hora antes de la hora de partida, para evitar inconvenientes.

6.6.1.2.2. Salida de la Estación Ibarra



Fotografía 2: Salida de la Estación Ibarra
Fuente: Guzmán A, Herrera E. (2013)



Fotografía 3: Vista del paisaje desde el Tren
Fuente: Guzmán A, Herrera E. (2013)

La aventura ferroviaria del recorrido Ibarra-Salinas-Ibarra, parte de la estación de Ibarra y atraviesa hermosos paisajes, como cascadas, cañaverales, sectores productivos como el de Imbaya, el puente ubicado sobre el río Ambi.



Fotografía 4: Vista panorámica del puente y cañón del Río Ambi.
Fuente: Guzmán A, Herrera E. (2013)

En esta ruta encontramos siete túneles que fueron construidos para acortar distancias y atravesar la Cordillera Andina sin dificultad. Además, se disfruta de los puentes que parecen estar suspendidos en el aire.

6.6.1.2.3. Llegada a la estación Salinas



Fotografía 5: Bienvenida con el grupo de danza
Fuente: Guzmán A, Herrera E. (2013)

Al llegar a la Estación Salinas la bienvenida está a cargo del grupo de danza.



Fotografía 6: Participación intercultural
Fuente: Guzmán A, Herrera E. (2013)

Los turistas tienen la oportunidad de participar de la danza típica afro ecuatoriana, preparada por jóvenes de la comunidad.

6.6.1.2.4. Recorrido en Salinas

- **Primer Mural**



Fotografía 7: Mural 1
Fuente: Guzmán A, Herrera E. (2013)

Refleja la importancia del Tren en Salinas, su aporte al desarrollo de la comunidad y sus expectativas a futuro.

- **Segundo Mural**

Se puede apreciar la actividad productiva de la comunidad, como es la caña de azúcar.



Fotografía 8: Mural 2
Fuente: Guzmán A, Herrera E. (2013)

- **Tercer Mural**



Fotografía 9: Mural 3
Fuente: Guzmán A, Herrera E. (2013)

No se puede dejar de lado la danza, realizada por diferentes grupos de Salinas, que con su vestimenta típica bailan el ritmo de la bomba.

- **Cuarto Mural**

La importancia del turismo en el desarrollo de la comunidad, como fuente de empleo y progreso para sus habitantes.



Fotografía 10: Mural 4
Fuente: Guzmán A, Herrera E. (2013)

- **Parque central**



Fotografía 11: Parque Central Salinas
Fuente: Guzmán A, Herrera E. (2013)

Se realiza un breve relato histórico-geográfico de la comunidad Santa Catalina de Salinas.

6.6.1.2.5. Museo de Sal



Fotografía 12: Museo de Sal
Fuente: Guzmán A, Herrera E. (2013)

Podemos apreciar los usos de la sal que se extraía en Salinas, ya que era más apreciada en alimentación, por ser menos amarga.

Además de su uso como condimento en la cocina, la sal se utilizaba como conservante de los productos de la matanza y del pescado, en la elaboración de embutidos, y como salmuera en la conservación de otros alimentos.

6.6.1.2.6. Retorno a la Estación Ibarra

A las 15:00 se aborda el tren de retorno a Ibarra, es necesario portar el ticket para evitar inconvenientes.



Fotografía 13: Retorno a la estación Ibarra
Fuente: Diario El Norte (2013)

6.6.1.3. Precio y horarios

6.6.1.3.1. Precio

Tarifa de Adulto 25.00

Menores de 18 años, tercera edad y personas con capacidades especiales tienen el 50% de descuento.

La tarifa incluye: Ticket de ida y vuelta, guía en el tren y en la comunidad de Salinas y la entrada al Museo de Sal.

Nota: Está a disposición del visitante, la Cafetería del Tren, la cual ofrece bebidas o picadas, la Tienda del Tren, en donde se exponen artesanías elaboradas por las mujeres de la comunidad, (costos adicionales a la tarifa).

6.6.1.3.2. Horario

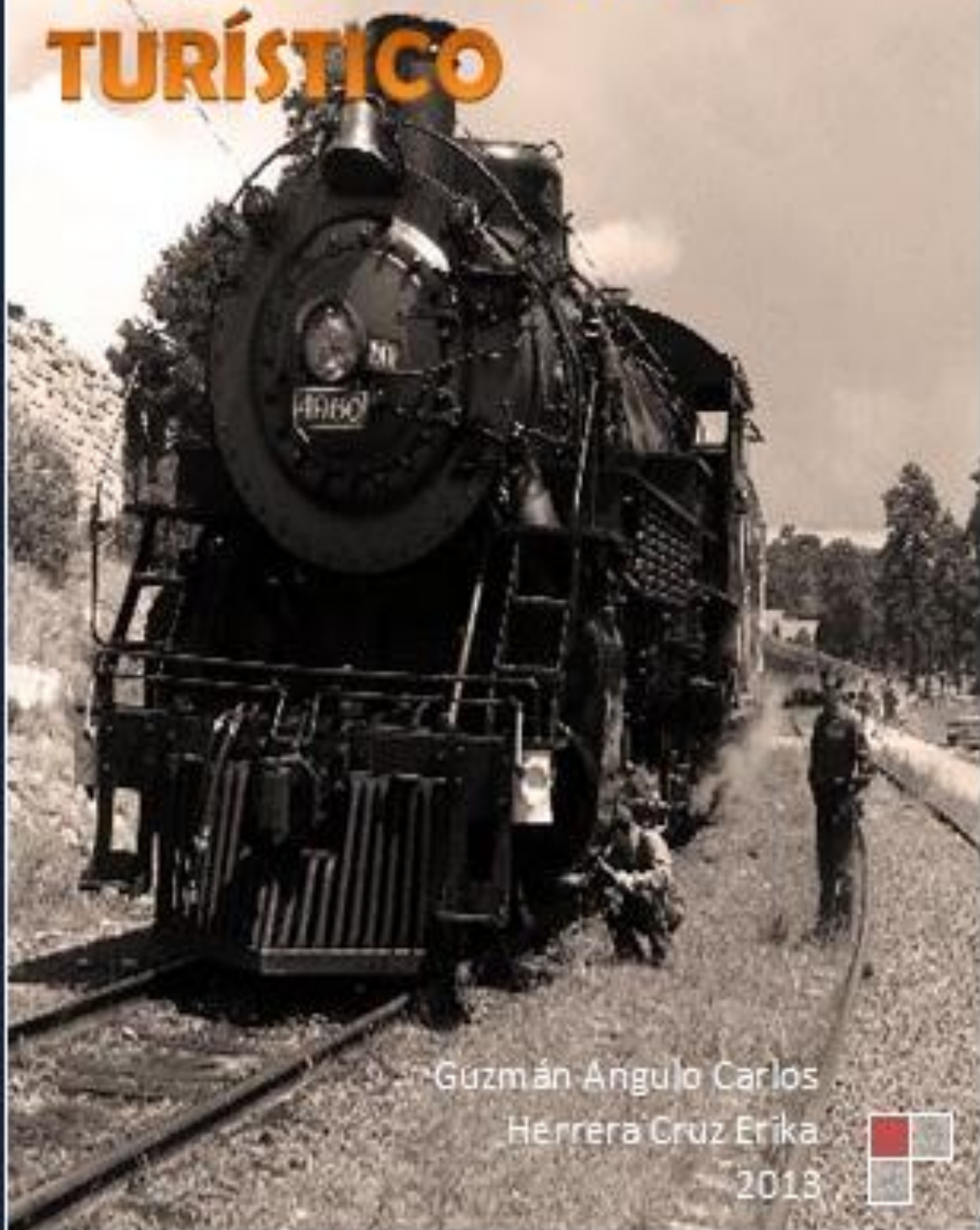
El Tren está disponible de Miércoles a Domingo y Feriados, saliendo a las 10H30 am desde la estación de la Ciudad de Ibarra. Se debe realizar una reservación del servicio con al menos 10 días de anticipación.

6.7. Desarrollo de la Propuesta

TREN DE LA LIBERTAD

2013

PLAN DE MEJORAMIENTO TURÍSTICO



Guzmán Angulo Carlos
Herrera Cruz Erika
2013



6.7.1 Presentación

El ferrocarril del Ecuador se consolidó como un servicio turístico después de la rehabilitación integral del sistema ferroviario nacional. Un siglo más tarde se logró recuperar el Ferrocarril del Ecuador como un patrimonio histórico contemporáneo. La ruta Tren de la Libertad (Ibarra-Salinas-Ibarra) es uno de los ocho destinos turísticos de los ferrocarriles del Ecuador. La rehabilitación de su vía de 30 km, y de las estaciones de Ibarra y Salinas, se cumplió durante el 2011, y el 18 de enero de 2012 se reinauguró la ruta.

La aventura ferroviaria del recorrido Ibarra-Salinas-Ibarra, parte de la estación de Ibarra y atraviesa hermosos paisajes imbabureños como cascadas, cañaverales, sectores productivos como el de Imbaya, el puente ubicado sobre el río Ambi. En esta ruta encontramos siete túneles que fueron construidos para acortar distancias y atravesar la Cordillera Andina sin dificultad.

Surge así la elaboración del Plan de Mejoramiento Turístico, mismo que permitirá el adecuado aprovechamiento de los recursos naturales y culturales, la integración de los involucrados, generación de fuentes de trabajo, valoración de la cultura local, y conservación ambiental, creando de esta manera un destino eco turístico, sostenible, competitivo y organizado. Además incorpora planes y proyectos que involucrarán acciones de conservación de la naturaleza para consolidar el Destino Turístico, los cuales se encuentran basados en los tres pilares de la sostenibilidad; ambiental, social y económico, mismos que garantizan el equilibrio entre estos factores.

La presente propuesta consta de los siguientes proyectos:

- a. El primer propósito, es comprometer a la comunidad con las buenas prácticas medioambientales, a través de una capacitación sobre Educación Ambiental.
- b. El siguiente punto es la Accesibilidad para Personas con Movilidad Reducida para su inclusión en actividades turísticas, por medio de la implementación de infraestructura adecuada.
- c. El tercer aspecto es el Mejoramiento de la Señalética, para orientar al turista de forma efectiva; restaurando la infraestructura existente.
- d. El punto más importante del Plan de Mejoramiento es la Innovación de la ruta, misma que pretende brindar al turista un producto más atractivo; para lo cual se elaborará el guión completo de la ruta.
- e. Por último se pretende dar a conocer el producto turístico, a través de su Difusión, a nivel nacional e internacional, con la elaboración de una página web y postales históricas.

a. EDUCACIÓN AMBIENTAL

a.1 Justificación

La Crisis Ambiental, es un problema de civilización, es la debilidad de un modelo económico, tecnológico y cultural que ha depredado a la naturaleza y negado a las culturas alternas. La crisis ambiental es la falencia de nuestro tiempo, es el abuso desmesurado de las necesidades humanas, la inconciencia de aquellos que exageran el uso de los recursos para demostrar el poderío de la globalización.

Definitivamente los problemas y conflictos ambientales a los cuales se ve actualmente enfrentada nuestra sociedad radican en un conjunto de comportamientos que han impactado ya sea de forma positiva, o en el mayor de los casos negativa, hacia el entorno que nos rodea. Ese conjunto de comportamientos son la cultura humana. Precisamente esa cultura ha sido determinada según por un contexto biofísico específico y este último ha determinado de igual forma dicha cultura.

En este sentido, si queremos que la naturaleza pueda responder a las necesidades de los seres humanos que forman parte de ella, deberá transformarse el pensamiento de la sociedad, abriendo una mirada plural, que trate de aproximarse a lo ambiental.

a.2 Objetivo general

Desarrollar en los actores de la ruta El Tren de la Libertad, actitudes pro-ambientales, incentivando la participación en actividades educativas sobre conservación y restauración ambiental, contribuyendo al desarrollo integral de la actividad turística, cuidando del medio ambiente y respetando la vida en todas sus manifestaciones.

a.3 Específicos

Capacitar a la comunidad para generar conciencia de la importancia del cuidado del ambiente a lo largo de la ruta "Tren de la Libertad" y así potenciar el desarrollo turístico sostenible.

a.3.1 Manual de capacitación

a.3.1.1 Fundamentación

La propuesta de capacitación que presentamos se fundamenta en las teorías de la escuela socio–histórico–cultural, fundada por Lev Vigotsky, la cual indica que esta actividad no es solamente en interacción del sujeto con el medio, sino que está mediada por los instrumentos, los objetos creados por el propio hombre con su trabajo, que son intermediarios en esta relación y en los que él deposita sus capacidades, construyendo así la cultura. La escuela socio-histórico-cultural pone énfasis principal en la interiorización de lo socio-histórico como la esencia del aprendizaje humano.

Hace énfasis, que en la enseñanza debe reflejarse la clara concepción de las ideas y valores que mueven el desarrollo social y perspectivo de la humanidad, en función de las condiciones socio-históricas del presente, los recursos de que dispone, el sistema de relaciones que propician el aprendizaje, donde sobresalen tres ideas psicológicas esenciales, que tributan la propuesta de capacitación: el carácter activo de los procesos psicológicos, la relación dialéctica entre actividad y conciencia y el vínculo entre el desarrollo de la actividad humana y el medio social en que ocurre.

a.3.1.3 Principios y valores ambientales

- a)** Explicitación de las interdependencias. La comprensión de biosfera como un todo y de cada sistema en particular (ya sea física o social). Se alude que aunque el aprendizaje sea un fenómeno individual, la situación metodológica que se plantea para conseguirlo es grupal y pretende desarrollar dinámicas de participación que reviertan en la comunidad.

- b)** Relaciones entre lo global y lo local. El trabajo en el ámbito local es uno de los elementos que puede ayudar a que se produzcan cambios globales.

- c)** La ética como referente educativo. La educación ambiental es una educación en valores, y por tanto, la esencia ética de nuestros planteamientos es prioritaria para el desarrollo de una acción transformadora.

- d)** La integración entre conceptos, actitudes y valores. Permite movilizar no solamente el campo cognitivo de quienes aprenden, sino también de las aptitudes y actitudes, los afectos y sentimientos que dan sentido a las conductas individuales y colectivas que se adoptan respecto al entorno.

- e)** El enfoque constructivista. Se suele partir de los conocimientos previos de las personas que se incorporan al proceso, explorados convenientemente mediante métodos diversos.

- f)** La interdisciplinariedad. Se toman los problemas del ambiente como tópicos centrales y propiciar análisis concurrentes y complementarios desde la ecología, la economía, y el turismo.

- g)** La educación en la acción. Se hace necesario utilizar los conocimientos adquiridos, aplicarlos en situaciones reales y convertir en referentes los problemas de la propia comunidad.

Los actuales problemas que afectan al medio ambiente mundial exigen la preparación de los ciudadanos, en la búsqueda de nuevas alternativas, que favorezcan modos de comportamiento más responsables con el medio y permita transitar hacia un verdadero desarrollo sostenible. En tal sentido la capacitación es una vía que posibilita tales propósitos.

Según la revisión de la bibliografía consultada se ofrecen diversos conceptos de capacitación entre los que podemos señalar:

Capacitar, según una de las acepciones del diccionario, significa hacerse apto, habilitar, entendiendo esto último como facilitar a uno lo que necesita. Pero definiciones más acabadas de capacitación indican que es una técnica de formación que brinda a una persona o un individuo un conjunto de actividades cuyo propósito es mejorar su rendimiento presente o futuro en donde este puede desarrollar sus conocimientos, habilidades y actitudes de manera más eficaz. (Ramírez, 2007)

Son elementos comunes en los conceptos analizados, la generación de conocimientos, el desarrollo de habilidades y los cambios de actitud.

En consecuencia, la propuesta de capacitación permitirá concebir, organizar y desarrollar los recursos y herramientas necesarias para poner en práctica aprendizajes colectivos, que permitan a los participantes aplicar procesos educativos y participativos. Tiene como beneficiarios fundamentales a los habitantes de la comunidad de Salinas; su objetivo fundamental es proporcionar el conocimiento necesario que conlleve a provocar cambios en cada uno de los actos de nuestra vida para lograr una participación consciente y responsable hacia el desarrollo sostenible.

En la realización de las actividades concebidas en la propuesta de educación ambiental no formal se toman en cuenta las etapas del proceso educativo, la sensibilización, reflexión y concientización para que los destinatarios construyan la visión de la interacción con el medio ambiente.

La educación ambiental no formal participativa, permite que todos los sectores sociales, tengan la posibilidad de acceder a los conocimientos básicos necesarios para comprender la complejidad y problemática ambiental, sin tener que acudir a la modalidad propia de los sistemas formales. La acción pedagógica, en este ámbito, debe contribuir a la comprensión integral del ambiente, tanto en su expresión natural como cultural; al desarrollo de actitudes de amor, respeto, solidaridad y compromiso hacia la naturaleza y la sociedad humana, y a la generación de conocimientos para la acción, fomentando conductas participativas para prevenir y solucionar los problemas del ambiente.

a.3.1.4 Componentes

- a. El medio ambiente y los problemas ambientales.
- b. La contaminación
- c. El agua : una sustancia necesaria
- d. El Suelo
- e. Los residuales sólidos

a.3.1.5 Desarrollo

a.3.1.5.1 El medio ambiente y los problemas ambientales

a.3.1.5.1.1 Objetivos

- a. Definir el medio ambiente a través del análisis de documentos e intercambio entre los participantes en el entorno natural de la comunidad.
- b. Identificar los principales problemas del medio ambiente en el mundo y el territorio a través del debate y trabajo independiente.
- c. Demostrar la importancia del cuidado y conservación del medio ambiente en los momentos actuales a partir de la percepción de los individuos en su interacción con el medio y conocimientos previos, incrementando el sentido de responsabilidad hacia el medio ambiente.

a.3.1.5.1.2 Generalidades

El hombre desde su aparición en el planeta ha interactuado con la naturaleza, siendo esta una condición indispensable para su existencia. En sus primeros momentos prevalecía el dominio de la naturaleza sobre el hombre, condición que fue cambiando con el desarrollo de la ciencia y la tecnología hasta la aparición de la moderna producción industrial que revolucionó a toda la sociedad y con ello el inicio de una nueva etapa en esta relación.

Como resultado se incrementa la demanda de los recursos naturales que se utilizan como materias primas y el crecimiento de los desechos industriales que aumenta cada día, lo que ha contribuido al deterioro del

medio ambiente mundial y con ello la aparición de problemas ambientales.

El hambre, la pobreza, el deterioro de los ecosistemas y los paisajes, la desertificación, la escasez creciente de los recursos y los despilfarros entre otros han pasado a ser protagonistas de la vida social y política en estos últimos decenios. Estos problemas requieren la intervención del hombre para resolverlos y una de las vías para lograr este propósito es el desarrollo de la educación ambiental no formal.

a.3.1.5.1.3 Actividades

- a)** Mediante una conversación interactiva con los participantes reflexionar sobre los principales problemas ambientales globales que afectan a la humanidad como consecuencia de la relación medio ambiente -hombre – sociedad.
- b)** Cada participante anotará individualmente según su percepción los problemas que afectan al medio ambiente local, sus causas, y las medidas para resolverlos.
- c)** De forma individual demostrar las problemáticas identificadas y las acciones que se proponen para colectivamente contribuir a su solución.
- d)** Se pide a cada participante escribir que acciones positivas o negativas realiza en su accionar diario tanto en el trabajo como en su hogar que afecte el medio ambiente de su comunidad. Se escribirán en un cartel o pizarrón las respuestas y se reflexionará en la necesidad de contribuir a su cuidado y conservación.

a.3.1.5.2 La contaminación

a.3.1.5.2.1 Objetivos

- a. Interpretar la contaminación como problema ambiental global a través del debate en el contexto de la comunidad, incrementando el nivel de responsabilidad individual en el accionar diario de la población residente.
- b. Identificar las principales fuentes de contaminación que existen en la comunidad a través del análisis de diferentes fotos para lograr minimizar desde nuestras prácticas sus efectos negativos.
- c. Valorar los principales efectos que causa la contaminación en la salud del hombre a través de la reflexión grupal, utilizando una lluvia de ideas que posibilite la propuesta de acciones para minimizarlo.

a.3.1.5.2.2 Generalidades

La contaminación aparece desde los orígenes de la especie humana. A medida que aumenta el poder del hombre sobre la naturaleza y aparecen nuevas necesidades como consecuencia de la vida en sociedad, el medio ambiente que lo rodea se deteriora cada vez más.

El rápido avance de la tecnología y el rápido proceso de industrialización, unido al continuo incremento de la población mundial hasta niveles sin precedentes y a la concentración de la misma en ciudades ha contribuido a que la contaminación adquiriera escala universal, constituyendo en la actualidad uno de los principales problemas

ambientales que la humanidad debe resolver en pos de su propia supervivencia. No es que exista una incompatibilidad absoluta entre el desarrollo tecnológico, el avance de la civilización y el mantenimiento del equilibrio ecológico, pero es importante que el hombre sepa armonizarlos. Para ello es necesario que proteja los recursos renovables y no renovables y que tome conciencia de que el saneamiento del ambiente es fundamental para la vida sobre el planeta.

Por tanto se hace necesario conocer qué actividades desarrollamos que contaminan el medio ambiente y cómo podemos contribuir desde nuestras prácticas a disminuir los efectos negativos.

a.3.1.5.2.3 Actividades

- a)** Se propone iniciar el taller con las siguientes preguntas:
 - ¿Qué es la contaminación?
 - ¿Por qué es considerado en la actualidad uno de los principales problemas ambientales globales? Establecer un debate con los participantes a través de las respuestas dadas por cada uno, anotarlas en un pizarrón o cartel, definir el concepto y analizar por qué actualmente es considerado como un problema ambiental que afecta toda la humanidad.

- b)** Presentar una exposición de fotos donde se reflejen las diferentes fuentes de contaminación que se manifiestan, ej.
 - Desechos sólidos domésticos
 - Desechos sólidos industriales
 - Exceso de fertilizantes y productos químicos

→ Emanaciones tóxicas producidas por el transporte automotor deprimido.

c) Reflexionar en cada una las causas que la originan y comprender que la contaminación procede, básicamente de la actividad humana.

d) Dialogar con los participantes otras fuentes de contaminación que también influyen desfavorablemente en el medio ambiente. Para ello presentaremos en tarjetas independientes dos palabras: **Ruido - Calor**

Trabajar en dos equipos (sexo femenino y masculino) cada uno, explicar cómo se manifiestan estas fuentes de contaminación en la comunidad según las experiencias vividas.

e) Plantear a los participantes que entre todos conformaremos una Visión Futura del entorno a través de un dibujo, teniendo en cuenta la siguiente pregunta: ¿cómo creen ustedes que podría ser el entorno si se resolvieran o mitigaran los problemas de contaminación hasta el momento identificados?

a.3.1.5.3 El agua: una sustancia necesaria

a.3.1.5.3.1 Objetivos

- a. Valorar la importancia del agua para la vida en la Tierra a través del análisis de láminas que representen sus diferentes usos y proporción en el planeta, fortaleciendo la responsabilidad en el uso de este recurso natural.

- b. Identificar los principales contaminantes de las aguas y las consecuencias para la comunidad a través del debate, utilizando una lluvia de ideas e incrementando el nivel de responsabilidad en el cuidado del medio ambiente.

- c. Valorar las acciones que pueden realizarse para ahorrar, proteger y conservar la calidad del agua a través del trabajo en grupos elevando el nivel de responsabilidad en la utilización de este recurso natural.

a.3.1.5.3.2 Generalidades

El agua es uno de los componentes más característicos por su abundancia en el planeta, y es imprescindible para el desarrollo de la vida en el mismo. Con características químicas bien determinadas, se distribuye formando los mares y océanos y también formando los glaciares, los lagos y los ríos, si bien en una proporción mucho menor. También es una materia muy abundante en la Tierra, pero desde luego, no es un recurso ilimitado. La vida en la Tierra ha dependido siempre del agua.

Dada la importancia del agua para la vida de todos los seres vivos, y al aumento de las necesidades de ella para el continuo desarrollo de la humanidad, el hombre está en la obligación de proteger este recurso y evitar toda influencia nociva sobre las fuentes del preciado líquido.

a.3.1.5.3.3 Actividades

- a) Para el inicio del taller utilizar a varios participantes que se identifiquen con pancartas representando la proporción

océanos y mares (97,2%), glaciares y casquetes de hielos (2,15%), aguas subterráneas (0,4%), lagos y ríos (0,0085%) y atmósfera y biosfera (0,00015%).

- b)** Reflexionar sobre la disponibilidad de agua dulce que existe en el mundo para el consumo.
- c)** Presentar diversas láminas sobre los usos del agua y destacar la importancia del agua para la vida.
- d)** Preguntar: ¿Cuáles son los principales recursos hídricos con que cuenta la comunidad?
- e)** A partir de la respuesta anterior colocar dos tarjetas en la pizarra o en un papelón con las siguientes preguntas.
 - *¿Cuáles son las principales contaminantes de las en la aguas en la comunidad?*
 - *¿Qué consecuencias se generan producto de la contaminación de las aguas?*

A través de una lluvia de ideas determinar las causas y consecuencias de la contaminación de las aguas para hombres y mujeres y para la comunidad, haciendo énfasis en el recurso hídrico principal de la comunidad.

a.3.1.5.4 El suelo: un recurso natural renovable

a.3.1.5.4.1 Objetivos

- a. Identificar las características de los suelos a través del análisis de una lámina que representa el perfil del suelo con sus diferentes capas fortaleciendo la responsabilidad en el cuidado de este recurso natural renovable.

- b. Ejemplificar las principales causas de erosión de los suelos y los problemas ambientales que se producen por su uso inadecuado, a través del análisis de diferentes láminas y el intercambio de experiencias, incrementando el nivel de responsabilidad en el uso de este recurso.

- c. Valorar la importancia de la conservación del suelo como recurso natural renovable a través de la reflexión grupal, utilizando una lluvia de ideas que proporcione las principales técnicas que garanticen la vida del suelo fortaleciendo el amor, cuidado y protección del mismo.

a.3.1.5.4.2 Generalidades

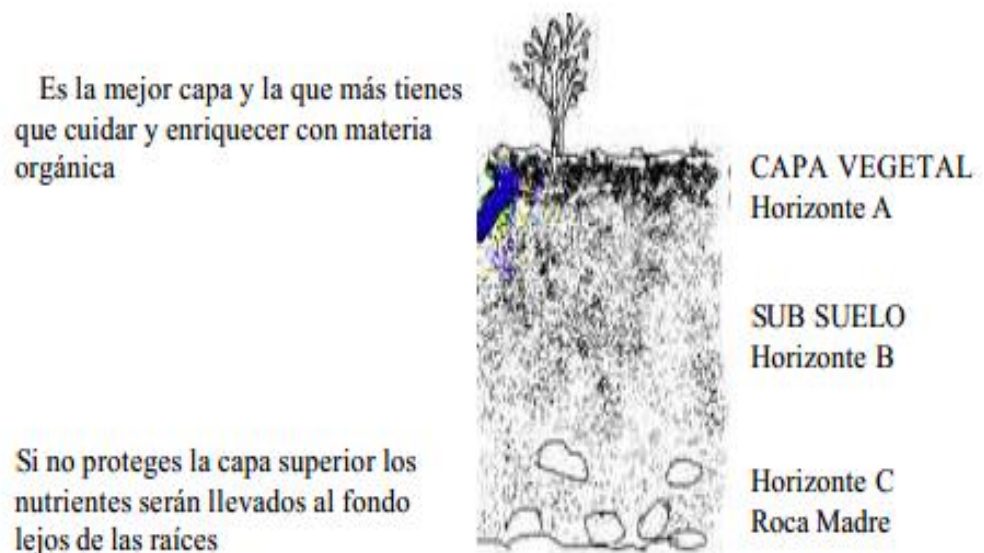
El suelo es considerado como uno de los recursos naturales más preciados del planeta. Es mediante él que nuestro mundo ha contado con bases para el desarrollo y evolución de las especies. Sin embargo su regeneración es bastante lenta, por lo que muchos lo consideran como un recurso no renovable, cada vez es más escaso y con menor calidad debido a que está sometido a constantes procesos de degradación y destrucción. El hombre realiza muchas acciones que comprometen la salud de los suelos y con ello su propia calidad de vida, por lo que se

hace necesario tomar conciencia sobre la importancia y protección de este recurso natural que permita lograr producciones más compatibles con el medio ambiente.

a.3.1.5.4.3 Actividades

- a) Para comenzar el taller preguntaremos:
- ¿Por qué el suelo es considerado uno de los recursos naturales más preciados del planeta?
 - ¿Qué importancia tiene este recurso para la comunidad?
- b) Presentar lámina del perfil del suelo para conocer las características de sus principales capas:

Ilustración 5: Capas del suelo



- c) Existen muchos factores que lo erosionan ¿saben cuáles?, pues bien les presentaré algunas fotos donde podrán identificarlos. (Se presentaran fotos donde se observe la acción del agua, el viento y la acción del hombre).

- d) Intercambiar experiencia entre los participantes acerca de los principales problemas ambientales que se producen por el inadecuado uso de los suelos en la comunidad.

a.3.1.5.5 Los residuales sólidos

a.3.1.5.5.1 Objetivos

- a. Definir el concepto de residuales sólidos a través del debate y análisis de gráfico incrementando el sentido de responsabilidad en nuestro accionar diario.

- b. Identificar las principales fuentes generadoras de residuales sólidos en la comunidad a través del análisis y reflexión grupal.

- c. Valorar el tratamiento que se le da a los residuales sólidos en la comunidad a través del trabajo en grupo y debate, elevando el sentido de pertenencia y compromiso con el medio ambiente.

- d. Fundamentar las acciones ambientales que pueden desarrollarse en la comunidad hacia los residuales sólidos a través de la reflexión grupal, utilizando una lluvia de ideas, incrementando el sentido de responsabilidad en nuestro accionar diario.

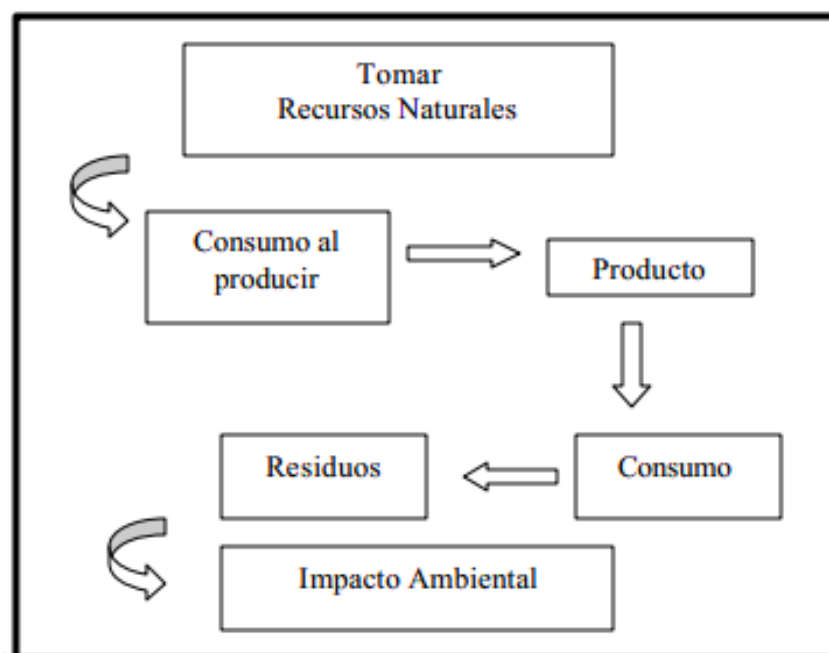
a.3.1.5.5.2 Generalidades

La recogida, transportación y disposición final de los residuales sólidos generados por una actividad productiva o consumo es uno de los problemas que más afectan la calidad ambiental. Estos elementos, unidos al aumento de indisciplina social de muchas personas al destruir los contenedores, depositar la basura en lugares inadecuados, entre otras ha contribuido a la creación de micro vertederos y como consecuencia a la proliferación de vectores con riesgo para la salud de la población.

a.3.1.5.5.3 Actividades

- a) Comenzar el taller de esta temática tan necesaria para el conocimiento de todos con la presentación del siguiente gráfico:

Ilustración 6: Proceso de los residuos sólidos



- Preguntar: ¿Qué hacemos al producir y/o dar un servicio?
 ¿A qué llamamos Residuo?
 ¿Qué son los residuales sólidos?

Se establecerá un debate con las respuestas a las preguntas anteriores.

- b)** ¿Cuáles son las principales fuentes generadoras de residuales sólidos en la comunidad?

- c)** Presentar tres tarjetas con el siguiente contenido:

¿Qué hacemos normalmente con la basura?






¿Qué provoca ese tratamiento de la basura?

¿Cómo debemos tratar la basura?

Los participantes serán agrupados por pregunta y presentaran en tarjetas las respuestas, las cuales se irán colocando debajo de cada pregunta, hasta llegar a recoger todas las ideas escritas para su posterior debate.




- d)** Presentar la siguiente lámina que muestra como separar la basura desde nuestras casas y reflexionar sobre nuestras prácticas.

Ilustración 7: Clasificación de residuos sólidos

Orgánica: cáscaras de frutas, sobras de comida, pasto y hojas, y esto es lo que usas para hacer el compost.	
2. Metal: latas de refrescos, cerveza, tubos de pasta y medicamentos, utensilios del hogar.	
3. Papel y cartón: los cuadernos que ya no se usan ni se necesitan, los papeles de libretas, revistas, periódicos, los cartones de cajas, los sobres	
4. Plástico: los envases de refresco, cerveza, yogurt, pomos de champú, pomos de aceite	
5. Vidrio: aquí van las botellas de cerveza, refresco, perfumes y otros	

- e) Plantear que un proceso efectivo en el tratamiento de los residuales sólidos es el reciclaje, el cual no es más que el “proceso donde materiales de desperdicio son recolectados y transformados en nuevos materiales que pueden ser utilizados o vendidos como nuevos productos o materias primas”
- f) Intercambiar con los participantes qué productos de los que genera la comunidad se pueden reciclar y cómo se ubican en los contenedores. Para ello presentaremos tres contenedores: uno azul, uno verde y el otro amarillo y en diferentes tarjetas pondremos productos que deben echarse en cada uno, teniendo en cuenta que el contenedor azul se utilizará para depositar toda la basura que se corresponda con papel y cartón, el amarillo los envases metálicos y el verde lo que sea de vidrio.

Ilustración 8: Colores identificativos de los desechos sólidos

			
Ej: Vidrio	Frascos de perfume	Frascos de conservas	
Papel	Envase de cartón	Latas de refresco	
Plástico	Periódico	Bandejas de aluminio	

a.3.1.6 Orientaciones generales para evaluar los componentes

La educación ambiental no formal con su vasto campo y su amplio público destinatario es un campo fértil para cumplir con el propósito de desarrollar conciencia, conocimiento, habilidades, compromisos y acciones de parte de los individuos y de los grupos para la protección y el mejoramiento del medio ambiente y de su calidad para las generaciones actuales y futuras.

La evaluación es un aspecto fundamental de la Educación Ambiental no formal, en tal sentido se hace necesario someter la evaluación de los conocimientos del medio ambiente a aspectos importantes que incluyen capacidades, actitudes, valores y comportamientos de las personas que se capacitan y en especial aquellas acciones y prácticas que conllevan a la solución de problemas ambientales locales.

La evaluación de la educación ambiental no formal debe ser por la observación, debate interactivo, práctica, con amplia participación en la resolución de problemas, que posibiliten determinar que han sido capaces de dominar, es decir por qué surgen los problemas, que efectos ocasionan, cómo se puede prever y solucionar y cuál debe ser la conducta y actividades a realizar para proteger el medio ambiente. Se

medirá por las transformaciones que se logren a través de realización de las diferentes acciones ambientales propuestas en cada.

Otro elemento para medir el nivel o alcance de la propuesta de educación ambiental no formal, será a través del nivel de empoderamiento por parte de los actores sociales, de las acciones de la propuesta y de la forma en que dichos actores, se conviertan en los verdaderos investigadores y transformadores de la situación ambiental en el ámbito de la comunidad.

Es importante además en este proceso el análisis y debate de cada una de las actividades realizadas en cada componente.

a.3.1.6.1 Actividades

- a. Realización de cine – debate sobre películas o documentales que reflejen problemas ambientales ya sea locales, nacionales o globales.

- b. Dramatización de algún suceso o fenómeno, donde se protagonice una situación o diálogo acerca de temas ambientales, cuyo contenido sea positivo o negativo.

a.3.1.7 Cronograma de actividades

Tabla 9: Cronograma de actividades

Actividad	2013												2014									
	Octubre			Noviembre			Diciembre			Enero			Febrero			Marzo						
1 Selección de contenidos																						
2 Elaboración del material																						
3 Petición de permisos																						
4 SOCIALIZACIÓN																						
5 El medio ambiente																						
6 La contaminación																						
7 El agua																						
8 El suelo																						
9 Los residuales sólidos																						
10 Exposición de resultados																						

Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

a.3.2 Diseño de un jardín comunitario

Diseñar un pequeño jardín comunitario de plantas nativas, con los conceptos previos, para aportar al medio ambiente en términos de turismo.

Las plantas nativas han tomado una nueva revalorización en estos últimos años por la influencia positiva que ejercen en el medio ambiente, los beneficios ambientales, económicos y estéticos de cultivar jardines son inminentes.

Un objetivo central del esfuerzo del jardín es reverdecer y adornar los terrenos que rodean la Estación de Salinas, y así diversificar el ambiente natural del área, usando una variedad de flores, arbustos y árboles propios de la zona, para poder atraer más mariposas, aves e insectos y

otras formas de vida que indudablemente serán un gran atractivo al turista. Educación a través de la acción, es otra parte esencial del proyecto de jardinería comunitaria, un componente importante del proyecto es reusar recursos naturales; Hojas, césped y desechos orgánicos de la cafetería del tren, los cuales serán transformados en abono que se usará para fertilizar el suelo del jardín. La idea es tomar responsabilidad y medidas prácticas con el propósito de que los habitantes de la comunidad y sus visitantes, logren prácticas de vida ambientalmente sostenible y atractiva para el turismo.

Este jardín comunitario servirá para mejorar el entorno paisajístico de la estación del tren en Salinas, rescatando la flora y fauna de la zona, la misma que estará interpretada correctamente.

a.3.2.1 Área de intervención

La parroquia de Salinas presenta un clima cálido seco en toda la parroquia, el mismo que se encuentra desde la zona más baja hasta la más alta; posee una pluviosidad máxima de 650 mm, su temperatura promedio anual máxima es de 33°C y una mínima de 12°C. Son 56m² ubicados en la parte posterior de la estación, que se encuentran en mal estado, con plantas ajenas al sector y no contribuyen al desarrollo de la



Ilustración 9: Área de intervención


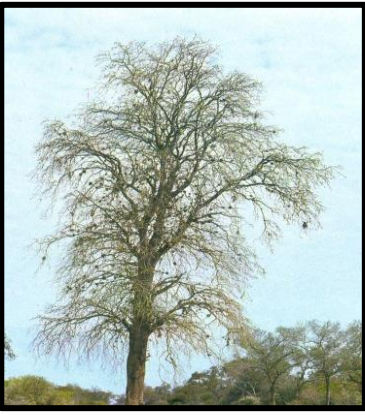

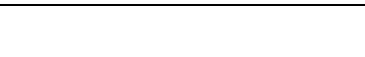




Fuente: Plan de Desarrollo parroquial Salinas
Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

a.3.2.2 Especies de flora a implementar

Tabla 10: Características de flora nativa

COMÚN	CIENTÍFICO	DESCRIPCIÓN	GRÁFICO
Faique de copa aparasolada	<i>Acacia macracantha</i>	Árbol espinoso que alcanza un tamaño de 4 m de altura, tronco macizo, de color gris oscuro. Hojas con espinas largas y anchas en su base. Florece y da frutos en tiempo de lluvias. Las espinas tiernas de la planta sirven para calmar el dolor de las encías o dolor de muelas.	
Guarango	<i>Prosopis pallida</i>	Su dura madera se usa para hacer muebles y parques, la corteza sirve para curtir cueros y la resina de su tronco se usa para teñir. Sobrevive muy bien a la extrema sequedad, debido a sus extremadamente largas raíces, las semillas son alimento para el ganado.	

<p>Jorupe</p>	<p><i>Sapindus saponaria L</i></p>	<p>Su copa es amplia y se ramifica a poca altura, su corteza es verrugosa, algo lisa, gris clara a gris oscura. En el pasado fue una especie con mayor importancia debido a su uso para hacer jabón, y por lo tanto era habitual encontrarla en cafetales, orillas de ríos, patios y huertos caseros.</p>	
<p>Palo Santo</p>	<p><i>Bulnesia Sarmientoi</i></p>	<p>La madera es marrón, negra, y verde, con nudos, la corteza es mayormente fino y amarillento leve. El palo santo es apreciado por sus propiedades protectoras de la piel humana con su esencia.</p>	
<p>Molle</p>	<p><i>Schinus molle</i></p>	<p>Puede llegar a medir alrededor de 15 m; sus ramas son colgantes, corteza exterior café o gris, muy áspera. Se trata de una planta ampliamente utilizada por la medicina tradicional, los baños con el agua de las hojas en decocción, sirven como analgésico y cicatrizante.</p>	
<p>Cardo</p>	<p><i>Cynara</i></p>	<p>Es una planta perenne y</p>	

	<i>cardunculus</i>	<p>vivaz con raíz tuberosa. En su primer año produce una roseta de grandes hojas, del centro de la roseta sale un largo tallo acanalado de hasta 150 cm de altura que se ramifica en su parte superior. Hay posibilidades de obtener buen biodiesel. El aceite se extrae de las semillas, similar al de girasol en composición y uso.</p>	
Tuna	<i>Opuntia ficus-indica</i> (L.) Miller	<p>Su sabor ácido, refrescante; contiene sales minerales, por lo que tanto la fruta como la decocción de los cladodios tienen un efecto diurético. Este tipo de preparación también sirve para tratar afecciones pulmonares crónicas. Florece una vez al año y tanto el fruto como la flor pueden ser de diversos colores, desde el amarillo al rojo. El fruto tiene una cáscara gruesa, espinosa, y con una pulpa abundante en pepas o semillas.</p>	
Cabuyo Negro	<i>Agave filifera</i>	<p>Planta suculenta de hojas carnosas, que mide</p>	

		<p>hasta 2 m de alto. Los antepasados utilizaban la fibra de la hoja del penco como amarras para la construcción, que junto con el tallo de otro tipo de agave se podía realizar estructuras para vivienda. Otro uso que le dan a esta fibra es la artesanal, fabrican alfombras, bolsos y materiales de uso común en los hogares.</p>	
<p>Sábila</p>	<p><i>Aloe vera</i></p>	<p>Arbusto acaule o con tallo corto, cubierto de hojas, estolonífero, con tallo de hasta 30 cm. El aloe se cultiva como planta decorativa, para usos medicinales, en cosmética e incluso para la alimentación en algunos casos, su uso en la actualidad se ha diversificado.</p>	

Fuente: Geobotánica del Ecuador (2012)
 Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

a.3.2.3 Procedimiento

➤ Limpieza del terreno

Lo primero es retirar escombros, basuras y restos extraños que hubiera en el lugar.

Movimientos de tierras

Es muy probable que sea necesario aportar tierra vegetal.

Motivos:

- a) Hay que rellenar ciertas zonas.
- b) La calidad del suelo original no es buena.

Preparación del terreno

Se labra el suelo a unos 25 cm de profundidad. Esta labor se realiza con azada, ya que el área es de superficie pequeña. El terreno debe estar ligeramente húmedo para ser labrado, ni muy mojado, ni muy seco. Seguidamente se debe aportar materia orgánica para un abonado efectivo.

Plantaciones y siembras

Se marca en el suelo con estacas de madera o similar dónde va cada planta. Las dimensiones aproximadas de los hoyos, expresadas en cm. serían las siguientes:

Arboles grandes	100 x 100 x 100
Arboles jóvenes	60 x 60 x 60
Arbustos	40 x 40 x 40

Flores y plantas pequeñas 40 x 40

La plantación se comienza por las plantas de mayor porte.

La tierra extraída donde va cada planta o árbol, se mezcla con abono orgánico (estiércol, mantillo, compost, humus de lombriz, entre otros).

Mantenimiento

Un jardín de plantas nativas, una vez establecido, requiere poco mantenimiento. Las plantas pasan a través de sus ciclos estacionales y toman el agua y los nutrientes que están disponibles en el medio ambiente. El césped promedio se corta una vez por semana y no requiere riego adicional, control de malezas ni alimentación.

a.3.2.4 Vista final

Ilustración 10: Jardín comunitario



Diseño: Isaac Almeida

a.4 Presupuesto*Tabla 11: Presupuesto capacitación ambiental*

CAPACITACIÓN					
Recursos Humanos					
Facilitadores	2				
Participantes	30				
Recursos Materiales					
N	Descripción	Medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total
1	Manual de capacitación	Unidad	2	5,00	10,00
2	Carteles	Unidad	25	0,10	2,50
3	Imágenes impresas	Unidad	20	0,75	15,00
4	Marcadores	Unidad	3	0,60	1,80
5	Borrador de pizarrón	Unidad	1	1,20	1,20
6	Esferos	Unidad	32	0,25	8,00
7	Carpetas	Unidad	32	0,30	9,60
8	Resma de hojas bond	Unidad	1	4,00	4,00
9	Laptop (*)	Unidad	1	0,00	0,00
10	Infocus (*)	Unidad	1	0,00	0,00
11	Amplificación (*)	Unidad	1	0,00	0,00
12	Break	Unidad	160	1,00	160,00
SUBTOTAL					212,10
IMPREVISTOS (5%)					10,61
TOTAL					222,71

Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

** Laptop, infocus y amplificación serán facilitados por la Junta Parroquial de Salinas.*

** Precios de mercado: Diciembre del 2013*

Tabla 12: Presupuesto jardín comunitario

JARDÍN COMUNITARIO					
N	Descripción	Medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total
1	Limpieza y nivelación del terreno	m2	56	0,62	34,72
2	Preparación de la tierra	m2	56	0,50	28,00
3	Granillo	m2	45	5,00	225,00
4	Adoquines	m2	12	17,25	207,00
5	Césped	m2	44	6,10	268,40
6	Macetas	Unidad	10	6,75	67,50
7	Faique de copa aparasolada	Unidad	2	2,00	4,00
8	Guarango	Unidad	2	2,00	4,00
9	Jorupe	Unidad	2	2,00	4,00
10	Palo Santo	Unidad	2	2,00	4,00
11	Molle	Unidad	2	2,00	4,00
12	Cardo	Unidad	10	1,50	15,00
13	Tuna	Unidad	10	1,50	15,00
14	Cabuyo Negro	Unidad	10	1,50	15,00
15	Sábila	Unidad	10	1,50	15,00
16	Plantas ornamentales	Unidad	48	1,25	60,00
17	Diseño				40,00
SUBTOTAL					1.010,62
IMPREVISTOS (5%)					50,53
TOTAL					1.061,15

Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

** Precios de mercado: Diciembre del 2013*

a) ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS CON MOVILIDAD REDUCIDA

b.1 Justificación

Turismo Accesible y Turismo para Todos son dos términos usados para hacer realidad una oferta que pueda permitir a las personas con movilidad reducida, ser turistas con todos sus derechos, sin importar imagen, edad, o cualquier circunstancia personal que afecte a su capacidad de movilidad.

Se estima que alrededor del 14% de la población está conformada por personas de edad avanzada y según la ONU, para el año 2050 el 21% de la población mundial será de más de 60 años (equivalente a 2000 millones de personas). Siendo los países europeos los que concentran la mayor cantidad de personas de edad avanzada, siendo Europa un importante emisor de turistas que visitan el Ecuador, queda claro el potencial y beneficio económico para el país.

De ahí, que la práctica del turismo en este grupo social importante se ha encontrado con dificultades sustanciales que han generado que se limite el disfrute del tiempo libre no sólo del individuo con movilidad reducida, sino también de su entorno inmediato, esto es la familia y amigos que lo asisten, razón por la que constituye un segmento poblacional que requiere sean cubiertas sus necesidades de accesibilidad a todos los servicios de oferta turística en forma urgente, y de prestación de servicios.

Partiendo de las demandas y necesidades del turista actual, se considera necesario desarrollar posibles alternativas para alcanzar un sistema de transporte plenamente accesible. Con tal objeto se plantean una serie de objetivos que la empresa Ferrocarriles del Ecuador debería asumir y poner en práctica, para ello se quiere aportar una visión técnica

del camino para alcanzar un objetivo general que debe ser asumido por todo el sector, puesto que la solución integral a los problemas de accesibilidad pasa por adoptar medidas en distintos ámbitos (concienciación, formación, normativa).

b.2 Objetivo general

Permitir que las personas con movilidad reducida puedan utilizar adecuadamente el transporte ferroviario, contemplando los requerimientos necesarios para lograr la plena accesibilidad para todos.






b.3 Específicos


b.3.1 Formación adecuada para la empresa

Conseguir la formación necesaria de la empresa y de los trabajadores, para responder a las necesidades de personas con movilidad reducida.






b.3.1.1 Estrategias

Formación sobre inclusión social que incluirá al menos los siguientes contenidos:




-  Conocimiento de la NTE INEN 2 292.
-  Conocimiento de los derechos humanos.
-  Colectivos más susceptibles.
-  Definición de situaciones conflictivas y cómo abordarlas de forma alternativa.
-  Aceptación de la diferencia y la diversidad.

-  Uso adecuado de los lenguajes y prácticas de sustitución en la comunicación.

Módulos formativos de carácter teórico-práctico sobre la accesibilidad al transporte de las personas con movilidad reducida, en donde se contemplen:

-  Definición y resolución de situaciones particulares en relación con distintos colectivos de personas con movilidad reducida.
-  Aplicación de protocolos de comportamiento.
-  Derechos del pasajero.
-  Obligaciones de los trabajadores.
-  Normativa relacionada con la accesibilidad de las personas con movilidad reducida y con la prestación de servicios de transporte.

Cursos de aprendizaje en el manejo de los mecanismos y sistemas de accesibilidad al sistema férreo al personal de FEOP:

-  Cursos teóricos sobre el conocimiento de los diferentes sistemas de accesibilidad en el transporte terrestre.
-  Cursos prácticos de ensayo de los sistemas de accesibilidad.
-  Técnicas de mantenimiento y reparación básicas.

b.3.2 Personal capacitado









Sugerir la presencia de personal adecuado en la asistencia a las personas con movilidad reducida en el ferrocarril.

b.3.2.1 Estrategias

El nuevo panorama del transporte se caracteriza por una presencia cada vez mayor de los usuarios con capacidades especiales. Esta situación requiere profesionales que atiendan las necesidades de estos colectivos. Para ello se impulsarán las siguientes iniciativas:

1. Revisar las categorías de capacidades especiales actualmente existentes en el sector, para rescatar algún puesto que pudiera asumir estas funciones y dotar de tareas específicas en materia de accesibilidad a perfiles profesionales de la Empresa.
2. Crear profesionales capaces, ya que las deficiencias visuales y/o auditivas hacen que los sistemas convencionales de información no sean adecuados. La sensación de pérdida y desorientación en espacios con mucha afluencia de público o las barreras continuas que se generan en el espacio físico, impiden el uso de los transportes y disminuyen de su uso a un elevado número de potenciales clientes. Es necesario que se creen nuevas categorías de profesionales dedicados exclusivamente a atender a estas personas. Se trataría de crear la figura de “ayudante al pasajero”, este nuevo profesional deberá ser fácilmente identificable y tener bien definidas sus funciones.
3. Definir la función de las nuevas categorías, así los profesionales tendrían como misión ayudar a las personas con capacidades diferentes en cuantas demandas les sean solicitadas en relación a

la búsqueda de información, condicionantes de la espera en la estación o accesibilidad al ferrocarril. El denominado “ayudante al pasajero” deberá tener altos conocimientos en relación con:

-  Lenguaje de signos.
-  Lenguaje braille.
-  Las diferentes capacidades especiales.
-  Los problemas de las personas con movilidad reducida a la hora de hacer uso del transporte público.
-  Primeros auxilios.
-  Habilidades para hacerse entender a través de dibujos y escritura.
-  Habilidades para escuchar y leer los labios.
-  Los derechos legales de las personas con capacidades especiales así como los derechos del pasajero.


b.3.3 Accesibilidad y calidad


Interrelacionar el concepto de accesibilidad y calidad del servicio turístico en el ferrocarril.


La imagen de la empresa de ferrocarril deberá estar basada en el cumplimiento de este objetivo antes que en medidas meramente publicitarias. La percepción que los usuarios tengan de la empresa y de los sistemas de transporte se basará en la exigencia de un servicio cada vez más accesible.

b.3.3.1 Características de Implementación

De acuerdo a la NORMA TÉCNICA ECUATORIANA NTE INEN 2 292 ACCESIBILIDAD DE LAS PERSONAS AL MEDIO FÍSICO, los requerimientos son los siguientes:

-  Los corredores y pasillos en el interior deben tener un ancho mínimo de 1 000 mm.


-  Cuando exista la posibilidad de un giro > a 90° el pasillo debe tener un ancho mínimo de 1 200 mm.

-  Los corredores y pasillos deben tener un ancho mínimo de 1 200 mm.

b.3.3.1.1 Adaptación de la silla de ruedas

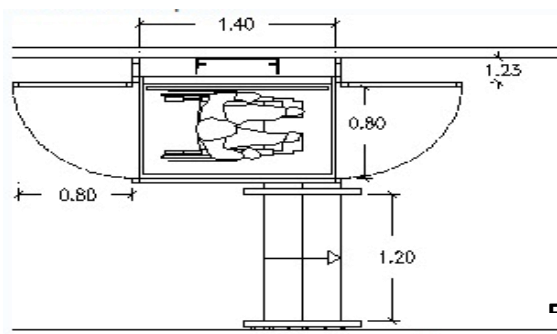
Una silla de ruedas en un sistema de transporte no ofrece el mismo nivel de seguridad que un sistema de asiento atornillado al vehículo.

Por lo tanto, si el usuario fuese transportado en un vehículo, y permaneciera sentado en la silla de ruedas, deberá seguir estos consejos:

-  Si el usuario va a viajar en la silla de ruedas, ésta tendrá que ir colocada mirando al frente, en la dirección de conducción, y asegurada mediante el sistema de sujeción de la silla y el sistema de retención de pasajeros (ambos sistemas de sujeción deben cumplir con las normas ISO 10542 o SAE J2249). Debe instalar ambos sistemas según las instrucciones del fabricante del sistema de sujeción y de

retención de pasajeros, como también las del fabricante de la silla de ruedas.

Ilustración 11: Medidas de la silla de ruedas



Dimensiones estimadas de acuerdo NORMA
TÉCNICA ECUATORIANA NTE INEN 2 247:2000

♿ La señalética indicará al turista que el espacio es específicamente para el uso de la silla de ruedas, con un pictograma ubicado en la pared del ferrocarril en color azul de acuerdo al Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN4:2008, con medidas de 600 x 600 mm.

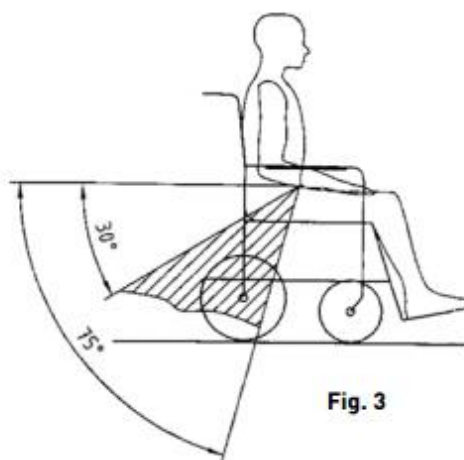
Ilustración 12: Señalética para personas con movilidad reducida



Fig. 2

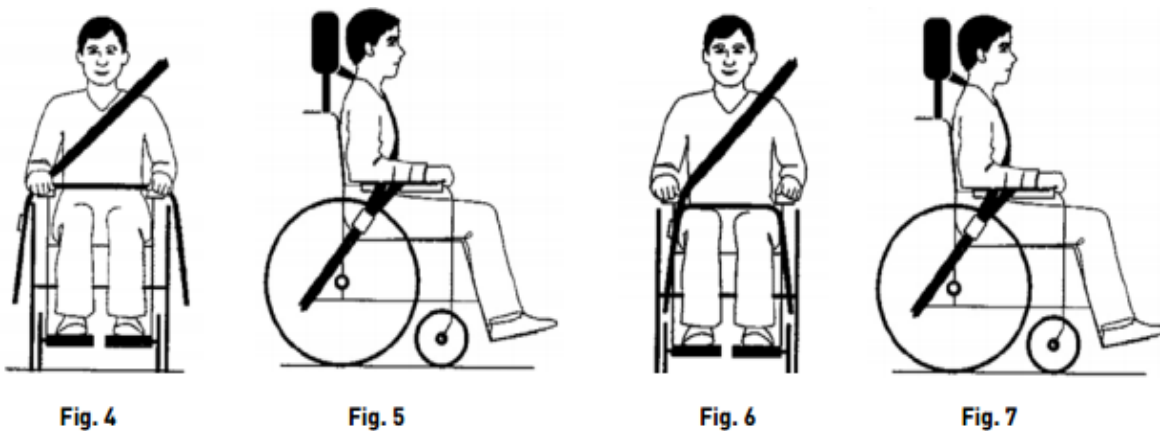
♿ Debe instalar los cinturones de los sistemas de sujeción y de retención de pasajeros en silla de ruedas en la parte anterior baja de la cresta ilíaca (Fig. 5) de tal manera que el ángulo de las correas para la cadera conserve un rango de entre 30° y 75° con respecto al suelo (Fig. 3). pero nunca excediéndolos.

Ilustración 13: Sistema de sujeción de la silla



- Los cinturones de sujeción no deben pasar por encima de ningún componente de la silla de ruedas, como reposabrazos o ruedas, para evitar que queden alejados del cuerpo (Fig. 4).
- **El cinturón de seguridad troncal debe colocarse encima del hombro y atravesar el pecho en diagonal.** (Fig. 6).
- El cinturón de seguridad troncal y de regazo deben ir lo más ajustados al cuerpo posible, sin restringir los movimientos del usuario.
- Los cinturones de sujeción no deben estar retorcidos cuando se los utiliza.
- Se recomienda enfáticamente el uso de reposacabezas, el cual deberá instalarse de manera correcta (Fig. 7).

Ilustración 14: Características del cinturón de seguridad



b.3.3.1.1.1 Adaptación del vagón

Proporcionalidad

Según las estadísticas a nivel nacional, en 2012 viajaron en tren más de 122 mil turistas. A su vez, de esas 122 mil personas, aproximadamente 600 necesitaron de infraestructura adecuada ya que padecían algún tipo de deficiencia física. CABRERA Jorge (2013).

122.000 = 100% Total de turistas

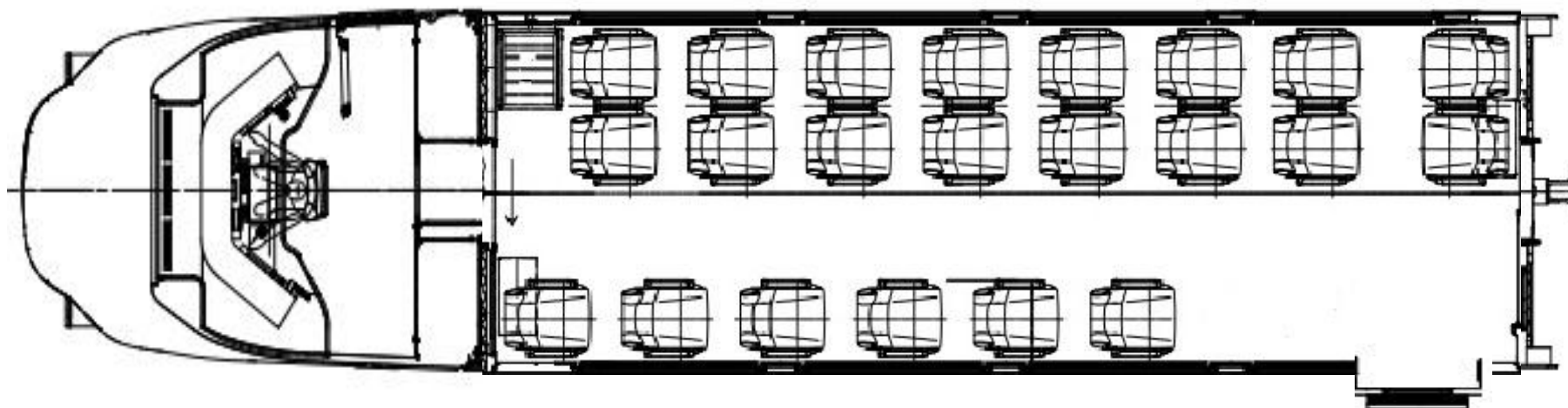
600 = 0.5% Personas con movilidad reducida

De acuerdo a la proporcionalidad, en un vagón, para 22 pasajeros, el 0.045 son personas que necesitan infraestructura adecuada. Es decir del 100%, el 4.5 %. Por lo que se ubicará un espacio para viajeros en silla de ruedas.

b.4 Vista comparativa

Ilustración 15: Vagón actual

ANTES



Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

Únicamente existen 22 asientos, el vagón carece de adecuaciones para personas con movilidad reducida.

Ilustración 16: Adecuación del vagón

DESPUÉS

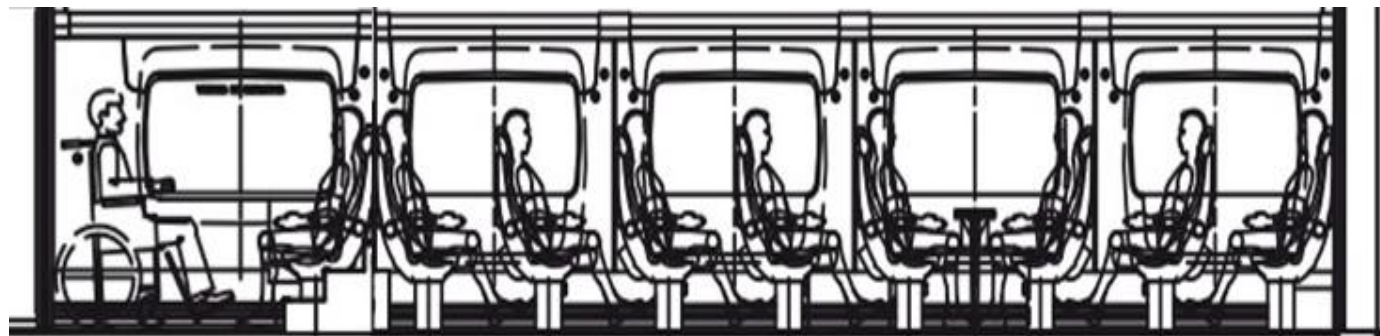
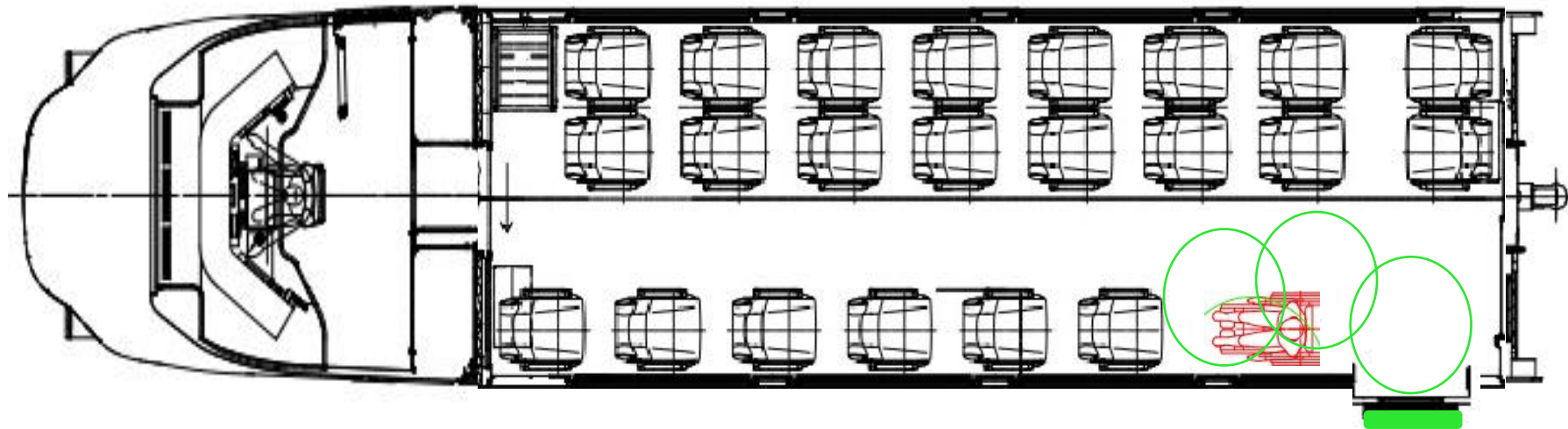


Ilustración 17: Diseño de rampa



Diseño: Isaac Almeida

b.5 Presupuesto

Tabla 13: Presupuesto rampa de accesibilidad

RAMPA DE ACCESIBILIDAD					
N	Descripción	Medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total
1	Lámina de aluminio antideslizante	Tm	1	300,00	300,00
2	Tubo cuadrado	m	4	8,50	34,00
3	Tubo L	m	4	6,25	25,00
4	Ruedas	Unidad	4	3,50	14,00
5	Rieles Industriales	m	3	11,50	34,50
6	Pernos	Unidad	12	0,16	1,92
7	Bisagras	Unidad	2	0,24	0,48
8	Pintura	l	3	18,95	56,85
9	Mano de obra				200,00
SUBTOTAL					666,75
IMPREVISTOS (5%)					33,34
TOTAL					700,09

Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

* Precios de mercado: Diciembre del 2013

b) MEJORAMIENTO DE SEÑALÉTICA

c.1 Justificación

La señalética se basa en una investigación que busca conocer cuáles son las necesidades reales de los turistas, o para llegar a un destino, y de esta manera facilitar el acceso y orientación a lo largo de la ruta “El Tren de la Libertad” de una manera segura, guardando siempre un orden en el territorio y tratando en lo posible de minimizar los impactos ambientales como la contaminación visual, por la aplicación de diversos elementos como paneles informativos, placas identificativas, entre otros, así como también por el aumento de vistas a los sitios de interés turístico que serían aprovechados en mayor cantidad por el conocimiento que generará la implementación de señalización turística.

Junto con uno de los objetivos del PLANDETUR 2020 que impulsa a desarrollar una oferta turística competitiva en precios y calidad de forma sostenible se pretende crear las condiciones adecuadas para que el turismo sea una de las actividades que mejore la calidad de vida de la población favoreciendo socioeconómicamente a los involucrados mediante la generación de empleo; además de que satisfagan la demanda turística actual con adecuadas facilidades turísticas como la señalética.

Es así que se hace necesaria la implementación de un adecuado sistema de señalización con características técnicas adecuadas que permitan proyectar adecuadamente los recursos turísticos que ofrece la ruta, obligando a estandarizar los diseños con el objeto de satisfacer las demandas potenciales de información, dirección e interpretación de los atractivos.

c.2 Objetivo general

Diseñar la señalética turística con el fin de que se convierta en una herramienta técnica, esencial para la orientación y difusión de los recursos turísticos existentes a lo largo de la ruta “El Tren de la Libertad”.

c.3 Específicos

- a. Ubicar la señalética adecuada para las personas con movilidad reducida.
- b. Reconstruir la señalética turística de la comunidad de Salinas.
- c. Situar la señalética turística en lugares estratégicos y de acuerdo al Manual Corporativo de Señalización Turística elaborado por el Ministerio de Turismo.

c.4 Generalidades

Para el diseño del sistema de Señalética se utilizó como fuente bibliográfica el Manual Corporativo de Señalización Turística elaborado por el Ministerio de Turismo en el año 2008, debido a que permitió utilizar las normas técnicas en cuanto a los pictogramas y dimensiones que deben tener los rótulos.

Forma: Las señales turísticas serán rectangulares o cuadradas dependiendo del tipo de señal establecida en su clasificación. Los pictogramas pueden convertirse en señales preventivas o de aproximación. Para este caso existirá una variación de tamaño de 200 mm en la parte inferior, espacio en el cual se colocará la distancia hasta el sitio de interés turístico. Esta distancia puede estar indicada en kilómetros o metros.

De igual manera la mayoría de señales turísticas y de servicios pueden convertirse en señales restrictivas temporal o definitivamente de acuerdo a la necesidad o circunstancia.

Ubicación: Estos elementos se colocarán a lo largo de la vía, en lugares que garanticen buena visibilidad y no confundan al visitante o turista. Un avance de indicación de un atractivo, servicio o destino turístico debe normalmente darse, colocando una señal de aproximación o ejecutiva de destino sobre el lado derecho de la vía, no menos de 300 m antes del mismo, indicando la proximidad al sitio de interés turístico. Se deberá proveer de una segunda señal confirmativa al ingreso o junto al atractivo o servicio turístico.

c.5 Implementación

c.5.1 Placa orientativa

La señalética se ubicara en una de las puertas del ferrocarril, para indicar que la rampa es de uso exclusivo para personas con movilidad reducida.

Ilustración 18: Accesibilidad a movilidad reducida



Fuente: Manual de Señalética turística

c.5.1.1 Características

Medida: 600 mm X 600 mm
750 mm X 750 mm
900 mm X 900 mm

La Señal consiste en una figura estilizada en silla de ruedas con la cara hacia la derecha, esta figura deberá ir en color blanco, con las mismas medidas y materiales del pictograma con poste.

Ésta placa irá fijada a la entrada y a la pared del ferrocarril, en el lugar indicado para personas con movilidad reducida, mediante tornillos de 2 ¾" x ¼" (70 x 6.4 mm.) con tuerca y rondana plana.

c.5.2 Panel Informativo

El actual panel se encuentra en muy malas condiciones, por lo que será reemplazado. Se encuentra ubicado frente a la Estación del Ferrocarril en Salinas.

Fotografía 14: Panel informativo deteriorado



Por: Guzmán A, Herrera E (2013)

c.5.2.1 Características

Cubierta

Podrá ser de teja, losa, pizarra o similar. La elección vendrá determinada por el entorno (en una zona en la que las construcciones tienen la cubierta de teja árabe, no se debería colocar pizarra, por ejemplo).

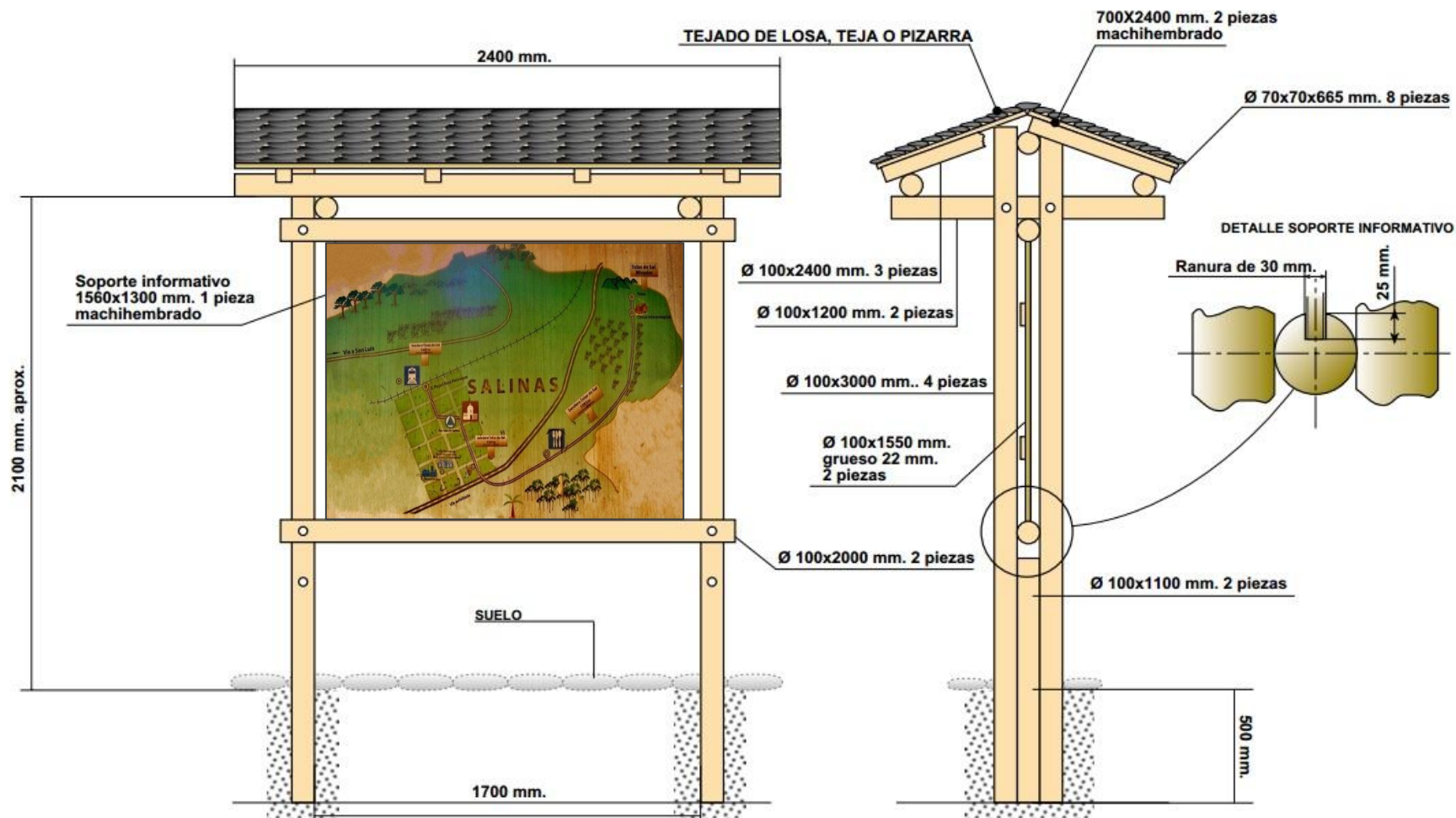
Estructura

Totalmente de madera tratada con sales, por su resistencia a las inclemencias meteorológicas.

Superficie Informativa

Puede ser de policarbonato o de hierro, si se pinta al horno, pero en ambos casos su parte trasera deberá ser de madera, como el resto de la estructura. Las dimensiones de la superficie: 1560 mm. x 1300 mm. máximo, y 900 mm x 750 mm. mínimo.

Ilustración 19: Características del panel informativo



Diseño: Isaac Almeida

c.5.2.2 Vista final

Ilustración 20: Vista frontal y posterior del panel informativo



Diseño: Isaac Almeida

c.5.3 Pie temático

A lo largo del recorrido en la comunidad de Salinas, existen cuatro murales que representan la historia y el impacto que ha tenido el ferrocarril en la parroquia, los cuales necesitan interpretación, a continuación se detallan cada uno de estos.

c.5.3.1 Mural 1

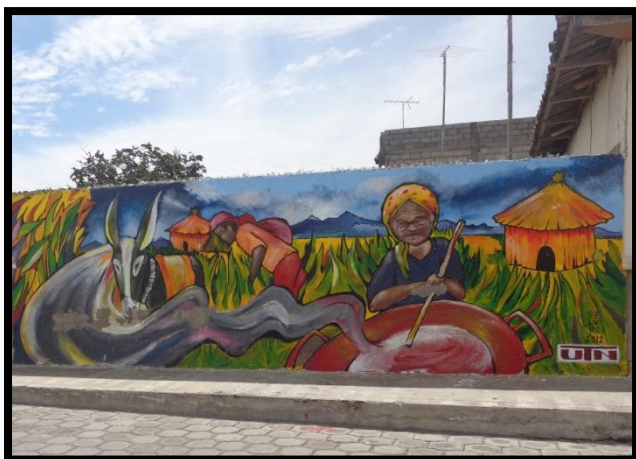
Fotografía 15: La llegada del ferrocarril, un sueño de unión

Fue utilizado como medio de transporte y sobretodo de carga, que pasaba por esta parroquia hasta llegar a San Lorenzo y viceversa, en la actualidad es sinónimo de desarrollo turístico para Salinas.



c.5.3.2 Mural 2

Fotografía 16: Primera actividad económica de los pobladores de Salinas.



Fue la elaboración de la Sal artesanalmente, que se procesaba desde hace 460 años, la cual era el principal medio económico para las personas.

c.5.3.3 Mural 3

Fotografía 17: Riqueza Cultural Afro ecuatoriana.

Una de las principales características culturales de salinas, es su danza, con la música bomba, nombre que se debe a su principal instrumento musical utilizado, el cual se elabora con un tronco vació en su interior, al que se le cubre con cuero de chivo en la parte inferior y superior.



c.5.3.4 Mural 4

Fotografía 18: El turismo, base de desarrollo actual



permitiendo el progreso de la comunidad.

Fruto del esfuerzo compartido, entre pobladores y autoridades, la parroquia de Salinas se fortalece en el proceso de desarrollo turístico, rescatando sus expresiones culturales, infraestructura turística,

c.5.3.5 Características

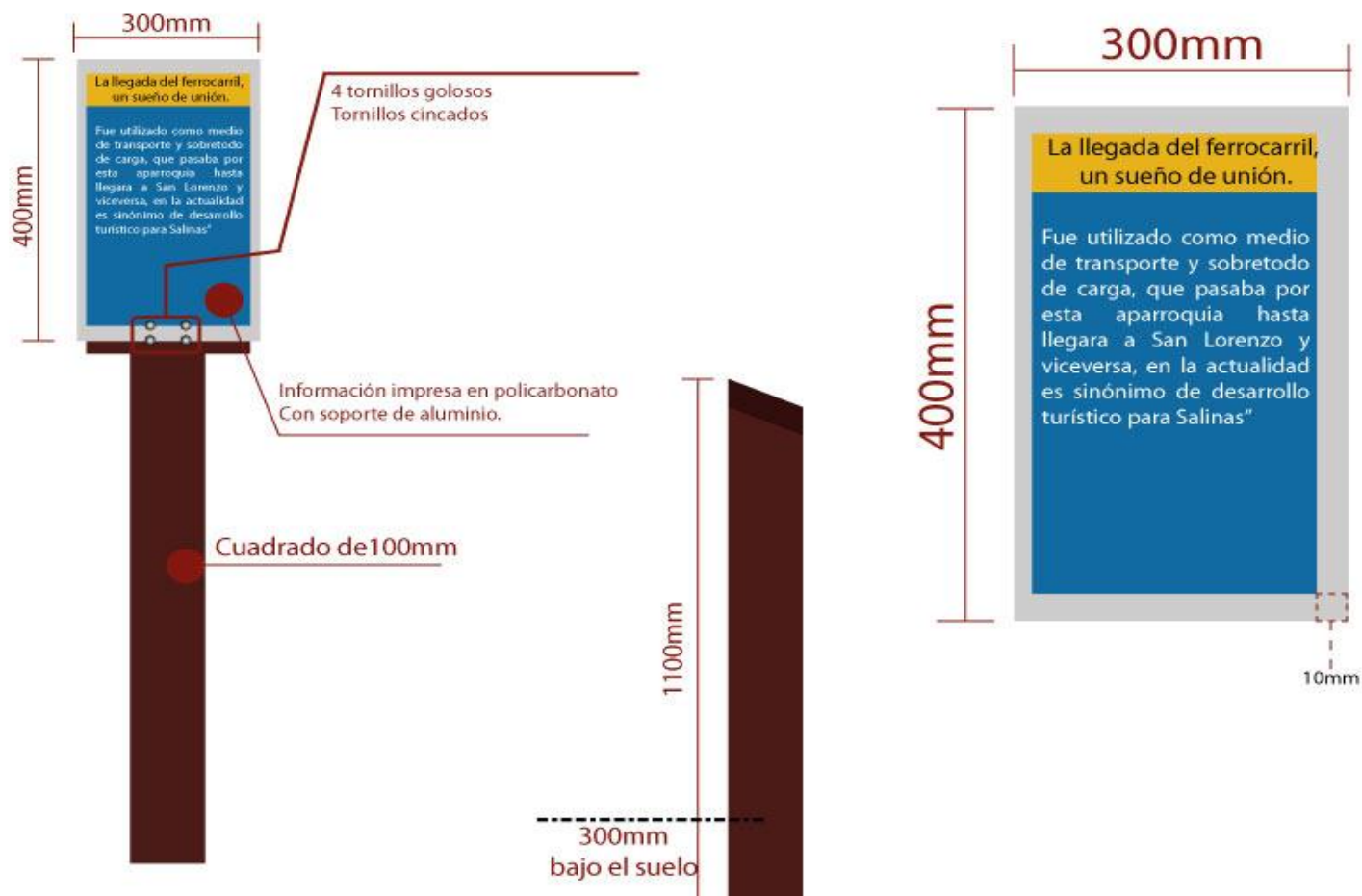
Estructura

Totalmente de madera tratada con sales, para su resistencia a las inclemencias meteorológicas.

La superficie informativa

Su parte trasera deberá de ser de madera, como el resto de la estructura. Las dimensiones de la superficie serán de 400 mm. x 300 mm. máximo. y 320 mm. x 240 mm. mínimo.

Ilustración 21: características del pié temático



Diseño: Isaac Almeida

c.5.3.6 Vista final

Mural 1

Ilustración 22: Implementación del pie temático en mural 1



Diseño: Isaac Almeida

Mural 2

Ilustración 23: Implementación del pie temático en mural 2



Diseño: Isaac Almeida

Mural 3

Ilustración 24: Implementación del pie temático en mural 3



Diseño: Isaac Almeida

Mural 4

Ilustración 25: Implementación del pie temático en mural 4



Diseño: Isaac Almeida

c.5.4 Panel Informativo con Soporte

Sera utilizado para la descripción de las especies de flora ubicadas en el jardín de plantas nativas, el cual será ubicado a un costado del jardín, su diseño es ideal para superficies pequeñas.

El panel informativo contendrá nueve placas pequeñas, en cada una de ellas se describirá el nombre común, científico de cada especie de flora.

c.5.4.1 Características

Estructura

Totalmente de madera tratada con sales, para su resistencia a las inclemencias meteorológicas.

La superficie informativa

Puede ser en policarbonato o de hierro si se pinta al horno, pero en ambos casos su parte trasera deberá de ser de madera, como el resto de la estructura. Las dimensiones de la superficie serán de 26 cm. x 26 cm. La superficie informativa deberá embutirse en la madera, quedando un cerco de soporte alrededor de entre 3 cm. de espesor.

c.5.4.2 Vista final

Ilustración 26: Panel informativo con soporte



Diseño: Isaac Almeida

c.6 Presupuesto*Tabla 14: Presupuesto señalética turística*

SEÑALÉTICA TURÍSTICA					
N	Descripción	Medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total
1	Piezas de madera 20cm	m	15	4,50	67,50
2	Teja o pizarra	Unidad	75	0,45	33,75
3	Piezas redondas de madera	Unidad	7	3,50	24,50
4	Perno hexagonal 5 pulgadas	Unidad	8	0,12	0,96
5	Placa de aluminio	Unidad	2	36,00	72,00
6	Tornillos	Unidad	23	0,17	3,91
7	Policarbonato	Unidad	4	30,85	123,40
8	Cadena de acero	m	3	0,74	2,22
9	Piedra	Qq	2	2,00	4,00
10	Cemento	Qq	4	8,00	32,00
11	Arena	Qq	4	2,50	10,00
12	Pintura permalatex (3,785l)	l	5	18,95	94,75
13	Hoja de Triplex 4 líneas (1mx2m)	Unidad	2	35,40	70,80
14	Tubo circular	m	1	6,50	6,50
15	Catalizador (3,785l)	l	3	26,70	80,10
16	Mano de obra				343,00
17	Diseños				175,00
SUBTOTAL					1.144,39
IMPREVISTOS (5%)					57,22
TOTAL					1.201,61

Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

* Precios de mercado: Diciembre del 2013

c) INNOVACIÓN DE LA RUTA “EL TREN DE LA LIBERTAD”

d.1 Fundamentación

El Ferrocarril, en la actualidad, es considerado como patrimonio histórico cultural del Ecuador, por lo tanto, los diferentes recorridos que posee la empresa encargada “FERROCARRILES DEL ECUADOR”, debe estar enfocada a transmitir un valor social, ambiental y cultural de cada sector donde funcione el atractivo, por lo cual es fundamental hacer que el visitante conozca el lugar al que asiste, conforme a esto, es factible redactar un guion informativo, en el que se explique la historia de Ibarra, de la aparición del ferrocarril y exactamente de la ruta, lugares por el que atraviesa, cultura, economía y naturaleza.

El turismo representa un sector estratégico y por lo tanto, la propuesta está dirigida a innovar la estructura, procesos y planificación estratégica, para responder con eficiencia, y convertir a la Ruta el Tren de la Libertad en la primera apuesta productiva del cantón con inclusión social, alineándose a los principios fundamentales de la Constitución Nacional y a los objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir.

d.2 Objetivo general

Innovar la ruta “El tren de la Libertad”, mediante la inserción de nuevas actividades en el recorrido, para generar mayor interés en el visitante.

d.3 Específicos

- a. Mejorar el guion turístico, redactando la información necesaria para que el turista tenga un mensaje claro y entretenido.

- b. Implementar nuevas actividades y valor agregado a la ruta “El tren de la Libertad”,
- c. Establecer el precio, de acuerdo a la nueva oferta de la ruta.

d.3 Recorrido

d.3.1 Bienvenida Estación Ibarra

d.3.1.1 Sensibilización al turista (por representante FEEP)

Antes de iniciar el recorrido es importante señalar que “FERROCARRILES DEL ECUADOR”, es una empresa comprometida con el Ambiente, en donde se respeta y se preserva la naturaleza, a través del uso de estrategias para prevenir y reducir los impactos en el espacio que se realizan actividades turísticas.

Finalmente el proyecto nacional de reconstrucción de la línea férrea para actividades turísticas, ha demostrado que lo histórico atrae, lo natural seduce y las rutas que existen en el Ecuador, enamoran; que los proyectos con estrategias a largo plazo son rentables y productivos, se demuestra en estos años de funcionamiento con varios reconocimientos.

d.3.1.2 Introducción

En este momento les presento al personaje más importante de la historia del Ferrocarril y es el Ex Presidente de la República del Ecuador: el general Eloy Alfaro Delgado. (Personajes disfrazados)

Ilustración 27: Indumentaria de personajes de reanimación

d.3.1.3 Reanimación

→ **Gral. Alfaro** (personaje disfrazado)

Buenos días, mi nombre es Eloy Alfaro Delgado, nací en Montecristi en 1842, toda mi niñez se caracterizó por viajes junto a mis padres, Manuel Alfaro y Natividad Delgado, al terminar mis estudios me uní al ejército y llegué al cargo de General, me convertí en el máximo representante del liberalismo radical, el 12 de enero de 1897, una Asamblea Constituyente, tras expedir la undécima Constitución, se pronunció por el liberalismo y me eligió como presidente, durante mi primer gobierno, que concluyó en 1901, en este periodo me dediqué a consolidar el triunfo liberal, a establecer la separación entre la Iglesia y el Estado y a impulsar la construcción del ferrocarril entre Quito y Guayaquil.

→ **Soldado** (personaje disfrazado)

¡General!¡General!me acaban de informar que en la zona norte, específicamente en las haciendas de Salinas, se está llevando a cabo algo insólito.

→ **Gral. Alfaro:**

¿Algo insólito?.....cuénteme de que se trata.

→ **Soldado:**

¡Los esclavos!, ¡los negros!, ya no son más esclavos, por fin han sido liberados y la mayoría de la gente se está reuniendo a celebrar, solicitan su inmediata presencia a ver este acontecimiento.

→ **Gral. Alfaro:**

De inmediato, mis queridos amigos, les invito a que me acompañen a presenciar tal acontecimiento, abordemos el “TREN DE LA LIBERTAD”, personas de mi confianza les acompañaran en el viaje y les contarán más sobre el tramo construido de Ibarra a San Lorenzo, mientras se maravillan con el paisaje.

d.3.2 Recorrido Ibarra-Salinas (Guía FEED)

d.3.2.1 Saludo y bienvenida

En el tren:

Muy buenos días señores pasajeros, Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública les da la más cordial bienvenida al viaje del Tren de la Libertad. Mi nombre es..... y seré su guía intérprete durante este recorrido.

Estamos partiendo desde la ciudad de Ibarra con destino a la Parroquia de Salinas, la ruta comprende una distancia de 30.1 km, por lo que estaremos arribando aproximadamente a las 12H00/12H15. En este recorrido descenderemos 600 metros, por lo que experimentaremos el cambio de temperatura, de paisaje y de vegetación gracias a la variedad de pisos climáticos, cruzaremos por 2 puentes donde encontraremos diversos paisajes en los cañones del río Chorlaví y Ambi respectivamente, además contamos con 7 túneles, los cuales se encuentran ubicados en medio de las montañas y que fueron excavados con herramientas manuales por trabajadores de la época.

Se recomienda tener listas sus cámaras fotográficas.

d.3.2.2 Recomendaciones y Normas de seguridad

- a)** Se pueden abrir libremente las ventanas, pero no se permite sacar ninguna parte del cuerpo por fuera de las mismas.
- b)** Se prohíbe votar los desperdicios durante todo el viaje, les recordamos que al interior del coche tenemos 2 basureros en la parte delantera y posterior del coche, para poder colocar la basura.
- c)** Los niños no pueden poner los pies encima de los asientos.
- d)** El consumo de bebidas alcohólicas al interior de la unidad durante el viaje está totalmente prohibido.
- e)** En caso de cualquier emergencia se recomienda permanecer en sus asientos y seguir las instrucciones del guía.

d.3.2.3 Relato de la ruta

La rehabilitación del Ferrocarril Ecuatoriano constituye una de las obras emblemáticas del Gobierno Nacional.

La ruta es conocida como el TREN DE LA LIBERTAD por tres razones principales; la primera hace referencia al proceso de liberación de los pobladores afro descendientes de la Parroquia de Salinas, quienes trabajaron como esclavos en los campos de producción de caña de azúcar en las grandes haciendas de propiedad de los Jesuitas.

La segunda en nombre del libertador Simón Bolívar, quién un año después de la Batalla de Pichincha, el 17 de julio de 1823 luchó por la libertad en contra de España, librada en las riberas del río Tahuando; Simón Bolívar combatió contra el General Agualongo quien venía desde la ciudad de Pasto a tomar posesión de la urbe ibarreña.

Finalmente en reconociendo al pensamiento de Monseñor Leonidas Proaño, nacido en la Parroquia de San Antonio de Ibarra, quién mediante la teología de la liberación luchó por la igualdad de los derechos ciudadanos del pueblo indígena en los años de 1960 y 1970.

Ibarra es la capital de la Provincia de Imbabura, fue fundada el 28 de Septiembre de 1606 por el capitán Cristóbal de Troya, bajo el mandato del VI Presidente de la Real Audiencia de Quito el Lic. Don Miguel de Ibarra, la ciudad fue concebida como conexión entre Quito y el Océano Pacífico para fines comerciales.

En el año 1868 la ciudad de Ibarra fue destruida por un terrible terremoto, durante cuatro años los sobrevivientes se establecieron en las faldas del volcán Imbabura, en un lugar que bautizaron con el nombre de Santa María de la Esperanza. Durante 4 años el ex Presidente Gabriel

García Moreno reconstruyó la ciudad en el mismo lugar y para evitar enfermedades como la fiebre amarilla, mandó a pintar con cal a la mayoría de los edificios de la reconstruida ciudad. Desde aquel entonces esta es una de las teorías de porqué a Ibarra se la conoce como la ciudad Blanca del Ecuador.

Se debe recalcar que contamos con uno de los ferrocarriles más difíciles del mundo, por lo que en el año 2008, el Gobierno Nacional lo declaró como Patrimonio Histórico Cultural y Monumento Civil de la Nación.

En el año de 1861 el Presidente Gabriel García Moreno inició la construcción del primer tramo de vía férrea entre Yaguachi y Milagro con un total de 45km.

Una vez que gana la Revolución Liberal el Presidente Eloy Alfaro continúa y finaliza la construcción de la obra del ferrocarril, misma que cambiaría la vida de los ecuatorianos con la unión de la Costa y la Sierra, a lo largo de sus 452 km de vía férrea desde Durán a Quito en 1908.

La primera locomotora que llegó desde Quito hasta la ciudad de Ibarra fue en el año 1929, 28 años después llega el primer tren hasta el puerto de San Lorenzo, cumpliéndose así uno de los principales objetivos de fundación de la ciudad de Ibarra.

Mientras continuamos avanzando en nuestro recorrido, ahora nos encontramos en la avenida Fray Vacas Galindo con dirección al nor-occidente, atravesamos la panamericana norte, conocida también como la Av. Cristóbal de Troya en honor al fundador de la ciudad.

Si no se encuentra nublado podemos apreciar al volcán Imbabura que posee una altura de 4500 msnm, es un volcán actualmente inactivo y del cual recibe el nombre nuestra hermosa provincia.

Observamos que nos alejamos de la zona urbana de la ciudad para adentrarnos a uno de los barrios relativamente nuevos; el barrio de El Milagro, donde se aprecia una gran cantidad de cultivos de fréjol y de hortalizas como: col, lechuga, brócoli, entre otros, vemos al fondo del paisaje el volcán Cotacachi con una altura de 5930 msnm, volcán activo de la provincia.

Atravesamos el barrio San José de Cananvalle, característico también por su gran producción en cultivo de hortalizas y verduras, siendo los principales proveedores en los mercados de la ciudad. Cabe recalcar que estos cultivos son netamente orgánicos debido a la calidad del suelo de la zona.

Aquí nos encontramos a una altura aproximada de 2100 msnm.

A continuación de los criaderos de aves vamos a apreciar a su derecha el maravilloso Cañón del Río Chorlaví, mismo que sirve de referente limítrofe entre el Cantón Ibarra y el Cantón Antonio Ante, en el pasado Chorlaví era también el nombre de una de las haciendas más grandes que pertenecían a los Jesuitas.

Vamos aproximándonos hasta el puente sobre el río Chorlaví, muy pronto disfrutemos de una vista directa del cañón de este río. Este puente tiene una longitud de 30 metros.

En la parte posterior se podrá ver el puente que acabamos de atravesar.

En este momento nos encontramos en la zona de Imbaya, donde habitó una de las culturas aborígenes pre-incas de nuestro país, como son los IMBAYAS pertenecientes al territorio Karanki, mismo que comprendía desde el norte con el río Chota – Mira hasta el sur con el río Guayllabamba, como muestra de su asentamiento en este lugar se han encontrado vestigios arqueológicos como vasijas, utensilios y construcciones pre-incas como las tolas, mismas que se pueden apreciar a su izquierda, estos montículos de tierra fueron construidos con diferentes fines, entre ellos los ceremoniales, rituales y funerarios, donde se enterraban a los difuntos con ofrendas, porque se tenía la creencia de que existía vida después de la muerte.

Aquí observaremos los contrastes que posee nuestro recorrido ya que a nuestro alrededor encontramos cultivos agrícolas de ciclo corto, y posteriormente en menos de una hora estaremos en el Valle de Salinas donde solo contamos con el cultivo de la caña de azúcar.

Inmediatamente atravesamos la población de Imbaya, perteneciente al Cantón Antonio Ante, con una población dedicada a la producción agrícola, esta parroquia alcanzó un gran esplendor con la producción de tomate riñón.

Podemos sentir el notable cambio de temperatura, es evidente que el calor aumenta ya que vamos descendiendo, aquí estamos a una altura de aproximada de 2000 msnm, desde esta parte de la montaña se podrá ver el valle de Imbaya, las montañas que lo circundan y la producción agrícola.

Desde este sector se puede admirar la majestuosidad de los guardianes de la Provincia, dos volcanes dormidos, a lado izquierdo el “Taita Imbabura” y a la derecha “La Mama Cotacachi”. La leyenda dice que en los tiempos antiguos las montañas eran dioses que andaban por las aguas cubiertas de los primeros olores del nacimiento del mundo. El

monte Imbabura era un joven vigoroso. Se levantaba temprano y le agradaba mirar el paisaje en el crepúsculo.

Un día, decidió conocer más lugares. Hizo amistad con otras montañas a quienes visitaba con frecuencia, mas, una tarde, conoció a una muchacha-montaña llamada “María Isabel de las Nieves Cotacachi”, desde que la contempló, le invadió una alegría como si un fuego habitara sus entrañas.

El Imbabura no fue el mismo. Entendió que la felicidad era caminar a su lado contemplando las estrellas y fue así que nació un encantamiento entre estos cerros, que tenían el ímpetu de los primeros tiempos.

→ Quiero que seas mi compañera, le dijo, mientras le rozaba el rostro con su mano.

→ Ese también es mi deseo, dijo la muchacha Cotacachi, y cerró un poco los ojos.

El Imbabura llevaba a su amada la escasa nieve de su cúspide. Era una ofrenda de estos colosos envueltos en amores. Ella le entregaba también la escarcha, que le nacía en su cima.

Después de un tiempo estos amantes se entregaron a sus fragores. Las nubes pasaban contemplando a estas cumbres exuberantes que dormían abrazadas, en medio de lagunas prodigiosas.

Esta ternura intensa fue recompensada con el nacimiento de un hijo. Yanahurcu o Cerro negro, lo llamaron, en un tiempo en que los pajonales se movían con alborozo.

Con el paso de las lunas, el monte Imbabura se volvió viejo. Le dolía la cabeza, pero no se quejaba. Por eso hasta ahora permanece cubierto con un penacho de nubes. Cuando se desvanecen los celajes, el Taita contempla nuevamente a su amada Cotacachi, que tiene todavía sus

nieves como si aún un monte-muchacho le acariciara el rostro con su mano.

En la parte inferior observamos la vía que une la ciudad de Ibarra con la población de Urcuquí, la cual es reconocida por sus termas de Chachimbiro.

Así también al frente observamos la vía del ferrocarril por la cual cruzaremos y la vegetación característica de la zona.

En este momento ingresamos al sector de Patococha que significa en Kichwa laguna de patos pequeños, esta zona es bastante húmeda gracias a la existencia de pantanos en el pasado, muy pronto veremos correr agua tanto a la derecha como a la izquierda a lo largo de la vía del tren.

Aquí apreciamos higerillas que son las plantas que poseen hojas en formas de estrella, de esta especie se puede obtener el aceite de ricino, además de poseer propiedades medicinales porque sirve para aliviar dolores estomacales, ahora también vemos plantas acuáticas como los carrizos que en la antigüedad ayudaban a la construcción de tumbados y paredes de casas que se construían con bahareque.

Enseguida observamos también las totoras que ayudan a purificar el agua, la totora también permite la realización de diferentes artículos como: caballitos de totora, muebles, y las famosas esteras.

Esta es una zona exuberante en plantas medicinales, gracias al microclima que existe y al agua que circunda, se puede observar pequeñas plantas de berro, mismas que son de uso alimenticio y medicinal, el berro es diurético, es un purgante natural, evita cólicos, se lo utiliza para tratamientos contra la tuberculosis, sirve para controlar la anemia, y evita el insomnio. Además se recomienda el uso del berro para el tratamiento de la hinchazón de ciertas articulaciones.

Observamos también la presencia de cola de caballo o caballo chupa, una planta igualmente de alto valor medicinal ya que es una especie diurética que ayuda a contrarrestar las enfermedades renales, como cálculos e infecciones de las vías urinarias, es eficaz en el tratamiento de hemorragias, ayuda con los problemas pulmonares, permite bajar la fiebre, y también tiene propiedades expectorantes.

Así también apreciamos la famosa planta de chilca, que se encuentra en la mayor parte de la sierra ecuatoriana. La chilca ayuda a contrarrestar dolores musculares y permite la cicatrización de heridas.

Aquí nos encontramos a una altura aproximada de 1900 msnm.

Seguimos avanzando en nuestro interesante recorrido y ya podemos observar el bosque seco andino, este es el cañón del río Ambi y nos preparamos para disfrutar de una de las tantas experiencias agradables que tiene el Tren de la Libertad, frente a nosotros observamos la línea del ferrocarril que es muy amigable con el paisaje y la naturaleza, como también podemos identificar los 2 orificios de los túneles que atravesaremos en breves instantes, los cuales fueron construidos después de 1929, y realizados en forma manual con picos y palas.

Estas montañas están formadas por piedra andesita, (misma que es característica de la cordillera de los andes), lo que denota el gran esfuerzo que realizaron los habitantes de aquella época que anhelaban la salida al océano Pacífico.; en el caso del túnel más largo, se observa 2 pequeñas ventanas que ayudaban a la oxigenación de los trabajadores como también permitían arrojar los escombros producidos durante la construcción.

Podemos admirar en la parte delantera el segundo puente que cruzaremos en breves momentos, su estructura pertenece al diseño del ingeniero francés Gustave Eiffel, creador de la Torre Eiffel de Paris.

A continuación nos adentramos en nuestro primer túnel construido en 1936, que por la presencia de agua en su interior lo conocemos como el túnel de los deseos, es el único con estas características lo que lo hace el más especial durante nuestro recorrido, tiene una longitud de 116.80m, luego de pasar este túnel cruzaremos el puente sobre el río Ambi.

El puente que estamos atravesando tiene una longitud de 65 metros y una altura de 45.5 m, desde donde se puede observar el cañón del río Ambi con la vegetación característica de la zona.

En estos momentos nos recibe nuestro segundo túnel, se puede apreciar el trabajo manual realizado en las paredes del mismo, este túnel muestra una longitud de 200 metros, si pensamos que este túnel era el más largo, vamos preparándonos porque enseguida aparece el tercer túnel que tiene una longitud de 124 metros, mismo que se encuentra unido al cuarto que es el más largo de todos, con extensión de 309 metros, al interior de este túnel se apreciaran las ventanas que observamos desde el otro lado de la montaña.

Preparen sus cámaras de fotos porque luego de pasar el presente túnel, nos encontraremos en la parte de la derecha con una atractiva cascada que nace de la montaña, además veremos en la parte inferior la hidroeléctrica del Río Ambi.

Vemos entonces esta destacada caída de agua y en la parte inferior la antigua Central Hidroeléctrica que fue construida en el año de 1950 y fue la primera en generar energía eléctrica en la ciudad de Ibarra y sus

alrededores, actualmente está conectada con el sistema eléctrico nacional.

A continuación tenemos al quinto túnel que mide 100.50 m, y finalmente el sexto túnel construido en el corazón de la montaña que tiene una longitud de 225 metros. En total hemos atravesado por túneles que representan a más de un kilómetro.

Nos encontramos próximos a observar la Estación de Hoja Blanca, esta es una estación intermedia entre la ciudad de Ibarra y la población de Salinas, recordemos que en el pasado, las estaciones eran lugares vivos, donde la gente podía intercambiar productos por medio del trueque.

Su nombre hace referencia a la presencia de un arbusto que posee hojas grandes con una tonalidad verdosa un tanto blanquecina, se las puede observar en toda la zona, estas hojas tienen forma de corazón y una textura tersa similar al terciopelo.

Estos son los límites de lo que será la ciudad del conocimiento Yachay otro proyecto emblemático del Gobierno Nacional, el mismo que tendrá aproximadamente 4300 hectáreas, y estará destinado a la investigación científica y experimental del Ecuador, de esta manera se cambiará la matriz productiva y convertirá a nuestro país en un exportador de conocimiento.

Desde este punto, nos acompañara el cañón del río Ambi, al frente observamos el carretero antiguo que conectaba la ciudad con la población de Urcuquí y también vemos dos pequeños túneles que nos recuerdan las minas de donde se obtenía la cal.

Aquí podemos identificar los extensos campos de cultivo de caña de azúcar.

Vemos en frente de nosotros el zigzag de la vía panamericana que une las diferentes poblaciones del norte.

Nos acompaña ya en este momento, el paisaje característico del bosque seco andino, observamos especies como pencas (Maguey) de color verde oscuro de las cuales se puede obtener el tradicional chawarmishki, una bebida dulce, rica en calcio, flores en lo alto de los chaguarqueros, y la cabuya que tiene un color verde más claro, con esta planta se realizan artesanías porque su fibra es muy resistente, de esta familia de agave se obtenía en el pasado una especie de líquido jabonoso con el que los nativos, lavaban su vestimenta y lo utilizaban para el aseo personal, apreciamos también árboles nativos de espino que en el pasado su madera era recolectada por mujeres para venderla en el Parque de la Merced de la ciudad de Ibarra como leña.

Las flores alargadas de color rojo que se admiran en el paisaje son conocidas como bromelias o vicundos y en el pasado estas plantas servían para adornar los pesebres.

La zona por la que estamos atravesando era muy famosa por la producción de algodón y sal desde tiempos anteriores a la conquista española, recordemos que los productos suntuarios en nuestro territorio en la época precolombina, eran la concha Spondylus de la Costa, la hoja de coca de la Amazonia y la sal de mina de la Sierra, por esta razón con la llegada de los españoles a partir de 1534 se sometió a los nativos de esta zona obligándoles a producir en gran cantidad algodón y sal de forma artesanal.

Los españoles para promover la religión católica y el poder de su imperio enviaron a nuestro continente diferentes órdenes religiosas como los Dominicos, los Franciscanos, los Mercedarios, los Jesuitas entre otros, estos últimos fueron los que más poder tenían en el norte del Ecuador, ya

que eran dueños de grandes haciendas. Estas haciendas producían principalmente caña de azúcar, por lo que al principio se utilizó mano de obra indígena traída de Pimampiro y otras zonas cercanas, los habitantes no soportaron las condiciones climáticas y sucumbieron rápidamente por lo que se tuvo que contratar a esclavos africanos para que trabajen en los cultivos de caña.

Desde aquí inicia la historia de más de 400 años de la presencia afro descendiente en esta zona.

El cultivo de la caña de azúcar se lo realiza durante todas las épocas del año, su crecimiento tiene un periodo de 18 meses, el proceso de cosecha es conocido como zafra y consiste en cortar, quemar y recoger la caña eliminando los follajes de los costados para que esta expulse el líquido que no es necesario y así ser trasladada hasta el Ingenio azucarero del Norte Tababuela para que ésta sea procesada y así obtener el azúcar refinada que es distribuida en la zona norte del país.

Apreciamos también en nuestro paisaje abundancia de cactus con frutos rojos, verdes y anaranjados conocidos como tunas, mismas que tienen propiedades medicinales que ayudan a reducir y prevenir la diabetes, osteoporosis y artrosis.

Nos despedimos del paisaje del cañón del río Ambi, para ingresar al valle de Salinas, aquí también podremos destacar la presencia de haciendas y granjas dedicadas a la producción ganadera vacuna.

A su costado izquierdo observamos la Ex Fabrica La Internacional, misma que sirvió como centro de acopio para la recolección de algodón que se producía en la zona. Con la caída de esta actividad económica, la fábrica también cerró su operación.

Debido a que la zona es irrigada con agua del río Ambi distribuida en diferentes canales de riego, los terrenos se encuentran siempre verdes, como pueden observar a la derecha.

Uno de los principales objetivos que tiene Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública es desarrollar en forma social la economía de las diferentes poblaciones, por donde atraviesa la línea férrea, por lo tanto Ferrocarriles del Ecuador, ha invertido en Salinas para que los pobladores puedan beneficiarse mediante diferentes emprendimientos de desarrollo socio económico.

Les recordamos que el tipo de turismo que practicaremos es el Comunitario, por lo tanto existen diferentes actividades para interactuar y aprender con los habitantes de Salinas. Al llegar a la Parroquia podrán disfrutar y participar de una presentación cultural en vivo donde observarán el baile de la música Bomba, posteriormente podrán pasar al Café del Tren, donde tendrán la oportunidad de servirse jugos de tuna y ovo, así también podrán visitar la Plaza Artesanal que cuenta con diferentes productos elaborados en forma manual.

Recomendamos a nuestros pasajeros el uso de repelente para mosquitos y protector solar.

La Parroquia de Salinas está ubicada al noroeste del Cantón Ibarra, se encuentra a 1600 msnm, está rodeada por haciendas y plantaciones de caña de azúcar. Este valle se denominó así debido a que sus habitantes se caracterizaron por la extracción de la sal que se encuentra en la tierra; su población es de ascendencia afro ecuatoriana como habíamos comentado anteriormente, cuyos antepasados eran los esclavos en las haciendas que se asentaron en la zona durante el período colonial.

Con la llegada del ferrocarril, la economía de la Parroquia se dinamizó, ya que no solo se realizó el cultivo de algodón, caña de azúcar y producción de sal, sino también se aprovechó la estación del tren para realizar el intercambio de estos productos. Una característica que cabe recalcar es la imponente del matriarcado en esta época, ya que es la mujer la que se pone al frente de las diferentes actividades económicas que sustentan sus hogares, además son las que trabajaron directamente la tierra por su relación de fertilidad con ella.

Hasta la actualidad es evidente que las mujeres constituyen el desarrollo y economía de sus hogares, ya que son ellas las que están a cargo de los proyectos de desarrollo comunitario que forman parte de los emprendimientos.

Debemos tomar en cuenta que esta parroquia rural es totalmente segura y pacífica, por lo que invita en especial a los habitantes de las grandes ciudades a olvidarse del estrés, a descansar y a compartir con la comunidad, y por lo tanto para hacer de este un destino sustentable, debemos conservar el entorno depositando los desperdicios generados durante nuestra estadía, en los basureros correspondientes.

Una vez que el tren se detenga, recuerden cerrar las ventanas y recoger todas sus pertenencias, ya que no nos responsabilizamos por los objetos olvidados dentro del coche, los pasajeros deberán acompañarnos y cumplir con el itinerario, estaremos abordando a partir de las 14H30 con destino a la ciudad de Ibarra.

Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública agradece su participación en la Ruta del Tren de la Libertad, esperamos que disfruten de las actividades programadas en la población de Salinas, esperamos su pronto retorno y recuerden promocionar nuestros servicios con sus amigos y familiares. Bienvenidas y bienvenidos.

d.3.2.4 Bienvenida Estación Salinas

Buenas tardes, les damos la más cordial bienvenida a la comunidad Santa Catalina de Salinas, nosotros conformamos cuatro asociaciones comunitarias.

d.3.2.4.1 Baile típico (Grupo de danza)

Una de las coreografías de la bomba es la variante denominada “La Zafra”, que alude evidentemente a una representación derivada de la cosecha de la caña, que era el elemento central de la producción que organizaba la vida misma de la gente. Existe una canción muy antigua, denominada “Mete caña al trapiche”, que señala la importancia de esta actividad que incorporaba tanto a hombres como a mujeres que debían desafiar cualquier peligro, que creaba incluso un espacio de seducción, desafío y recompensa:

A la culebra verde
cholita no hagas caso;
mete caña al trapiche
saca caña bagazo.
Meniate, meniate
yo te daré un medio;
elé ya me meniό
quierde pes el medio

El equipo musical que sirve de base a la música afro imbabureña muestra una característica principal: está compuesto de instrumentos de soplo y de percusión, obtenidos casi directamente de la naturaleza, sin mayor elaboración, pero que en cambio exigen de los intérpretes una gran habilidad y un profundo conocimiento.

Entre los instrumentos de soplo constan la hoja de naranjo, los puros (calabazas), el tubo de fibra de cabuya y las flautas de carrizo. Los instrumentos de percusión son la bomba, las maracas, el bombo, la caja o tambor, el güiro o raspador y los platillos. La guitarra aunque no se trata de un instrumento autóctono fue incorporada hace muchos años y ocupa también un lugar importante en la música afro imbabureña, específicamente en su expresión denominada bomba.

Con la colonización, llegaron al Ecuador nuevos idiomas, uno de ellos y que ahora es oficial, el español; con el que los negros hacen rimas al ritmo de la música, con letras que expresan en sentir, la cotidianidad, en sí, su realidad.

d.3.2.4.2 Bebida (Jugo de caña)

Les invito a degustar y refrescarse con el jugo hecho del zumo de la caña. El jugo de su tronco es la principal fuente de azúcar, después de cosechar la caña, pasa bajo unas cuchillas desmenuzadoras, para luego pasar al trapiche.

Las vitaminas y minerales naturales encontrados en la caña de azúcar son extremadamente valiosos. Fósforo, calcio, hierro, magnesio y potasio. La caña de azúcar es una sustancia alcalinizante y por lo tanto es favorable en la lucha contra el cáncer. Se ha comprobado también, sus beneficios para el funcionamiento de los órganos internos, incluyendo los riñones, el corazón, el cerebro y los órganos sexuales.

d.3.2.4.3 Jardín comunitario

Muy buenos días (o tardes) señores (señoras niños, niñas) excursionistas del Tren de la Libertad, mi nombre es _____, soy

un/una Guía Comunitario/a, y es un honor para quienes somos parte de esta gran parroquia de Salinas ser sus guías locales.

Antes de iniciar quisieran presten atención a las siguientes recomendaciones:

1. Se prohíbe votar desperdicios durante todo el recorrido.
2. Mantener silencio para poder escuchar la explicación.
3. No alejarnos ni adelantarnos del grupo.
4. Los niños ir acompañados de sus padres (o de su tutor o profesor si es el caso.)

Iniciaremos este mágico recorrido en un pequeño jardín botánico que ha sido adaptado en la parte posterior a la estación y luego les contaremos parte de nuestra cultura Afro descendiente.

Aquí podemos apreciar las especies de flora más representativas de nuestra parroquia, como observamos tenemos:

Faique de copa aparasolada (*Acacia macracantha*)

Árbol espinoso que alcanza un tamaño de 4 m de altura, tronco macizo, de color gris oscuro. Hojas con espinas largas y anchas en su base. Flores amarillas, con frutos en forma de vaina. Florece y da frutos en tiempo de lluvias. Las espinas tiernas de la planta sirven para calmar el dolor de las encías o dolor de muelas.

Guarango (*Prosopis pallida*)

Es un árbol espinoso muy invasor que alcanza 10 m de altura. Su dura madera se usa para hacer muebles y parkés, la corteza sirve para curtir cueros y la resina de su tronco se usa para teñir. Sobrevive muy bien a la extrema sequedad, debido a sus extremadamente largas raíces, las

semillas son alimento para el ganado, y las flores son atractivas para las abejas.

Jorupe (*Sapindus saponaria L*)

Su copa es amplia y se ramifica a poca altura, su corteza es verrugosa, algo lisa, gris clara a gris oscura. En el pasado fue una especie con mayor importancia debido a su uso para hacer jabón, y por lo tanto era habitual encontrarla en cafetales, orillas de ríos, patios y huertos caseros. Su importancia actual radica en sus usos como leña y madera de uso local y como especie ornamental, medicinal, insecticida y para artesanías.

Palo Santo (*Bulnesia Sarmientoï*)

La madera es marrón, negra, y verde, con nudos, la corteza es mayormente fina y amarillento leve. El palo santo es apreciado por sus propiedades protectoras de la piel humana con su esencia. Da un buen carbón y vigas de alta calidad. Se quema fácilmente, y produce un humo fragante. Los nativos de la región, emplean la corteza para tratar problemas de estómago.

Molle (*Schinus molle*)

Puede llegar a medir alrededor de 15 m. de altura, sus ramas son colgantes, corteza exterior café o gris, muy áspera. Se trata de una planta ampliamente utilizada por la medicina tradicional, los baños con el agua de las hojas en decocción, sirven como analgésico, cicatrizante y antiinflamatorio de uso externo, y las hojas secas expuestas al sol se usan como cataplasma para aliviar el reumatismo.

Cardo (*Cynara cardunculus*)

Es una planta perenne y vivaz con raíz tuberosa. En su primer año produce una roseta de grandes hojas, del centro de la roseta sale un largo

tallo acanalado de hasta 150 cm de altura que se ramifica en su parte superior. Hay posibilidades de obtener buen biodiesel. El aceite se extrae de las semillas, similar al de girasol en composición y uso.

Tuna (*Opuntia ficus-indica* (L.) Miller)

Su sabor ácido, refrescante; contiene sales minerales, por lo que tanto la fruta como la decocción de los cladodios tienen un efecto diurético. Este tipo de preparación también sirve para tratar afecciones pulmonares crónicas. Florece una vez al año y tanto el fruto como la flor pueden ser de diversos colores, desde el amarillo al rojo. El fruto tiene una cáscara gruesa, espinosa, y con una pulpa abundante en pepas o semillas.

Cabuyo Negro (*Agave filifera*)

Planta suculenta de hojas carnosas, que mide hasta 2 m de alto. Los antepasados utilizaban la fibra de la hoja del penco como amarras para la construcción, que junto con el tallo de otro tipo de agave se podía realizar estructuras para vivienda. Otro uso que le dan a esta fibra es la artesanal, fabrican alfombras, bolsos y materiales de uso común en los hogares.

Sábila (*Aloe vera*)

Arbusto acaule o con tallo corto, cubierto de hojas, estolonífero, con tallo de hasta 30 cm. El aloe se cultiva como planta decorativa, para usos medicinales, en cosmética e incluso para la alimentación en algunos casos, su uso en la actualidad se ha diversificado.

d.3.2.4.4 Mural 1

Continuando con nuestro recorrido vamos apreciar el siguiente mural el cual refleja la importancia del Tren en Salinas. En el siglo pasado era utilizado como un medio de transporte y sobre todo de carga, que pasaba

por esta parroquia hasta llegar a San Lorenzo y viceversa, así muchas personas optaban por quedarse en Salinas, para realizar el intercambio o trueque de diferentes productos, principalmente alimentos de la Costa y a cambio se llevaban de Salinas sal y algodón, que era el principal producto de nuestra parroquia y que se tenía en abundancia en el sector.

Las familias de la parroquia, también comercializaban frente a la Estación del Tren de Salinas, productos que realizaban en sus hogares como las empanadas rellenas de dulce de leche elaboradas en hornos de leña.

Así, buena parte de los habitantes de la parroquia subsistían del comercio, una característica que cabe recalcar es la imponente del matriarcado en esta época, ya que es la mujer la que se pone al frente de las diferentes actividades económicas que sustentan sus hogares, además son las que trabajaron directamente la tierra por su relación de fertilidad con ella.

Hasta la actualidad es evidente que las mujeres constituyen el desarrollo y economía de sus hogares, ya que son ellas las que están a cargo de los proyectos de desarrollo comunitario que forman parte de los emprendimientos. Avanzamos hacia el segundo mural.

d.3.2.4.5 Mural 2

En este segundo mural podemos observar sobre los trabajos que se realizaban en Salinas, el primero es sobre la elaboración de la Sal artesanalmente, que se le procesaba desde hace 460 años y que era el principal medio económico para las personas.

A la sal se debe justamente el nombre de Salinas, ya que cuando se inició este proceso se decía vamos a las “salinas”, refiriéndose a las

minas de sal y desde entonces esta parroquia se le conoce como Salinas, y un 24 de junio de 1824 se creó gracias a la visión del Libertador Simón Bolívar.

La materia prima para la elaboración de sal, es la tierra salada que existe en esta parroquia y su proceso se lo puede ver en el Museo artesanal de sal.

De igual forma en la parroquia de Salinas, una de las principales actividades de sus habitantes, es el cultivo de la caña de azúcar. Esta parroquia produce el 75% de la caña que se utiliza en el Ingenio IANCEM. Cabe señalar que en la zona también existen trapiches que elaboran la panela y otros productos derivados de la caña de azúcar.

Por último tenemos nuestra vivienda típica conocida como choza de bareque, elaborada a base de materiales que se dan en la zona como palos de espino, carrizo y chocoto (mezcla de tierra, paja y agua).

Esto debido a la pobreza y cultura de la gente, construían estas chozas, las mismas que servían como viviendas y cocinas de sal.

d.3.2.4.6 Mural 3

Una de las características del pueblo afro, es la riqueza cultural que vinieron trayendo los esclavizados del continente Africano.

En el Ecuador tenemos dos asentamientos del pueblo afro. Uno de ellos es Esmeraldas donde se practica la marimba y el valle del Chota, Salinas y la cuenca del Río Mira, donde es característico la música bomba, nombre que se debe a su principal instrumento musical utilizado.

En nuestro sector la bomba se elabora a base de un tronco vació en su interior, al que se le cubre con cuero de chivo en la parte inferior y superior. No se puede dejar de lado la danza, realizada por diferentes grupos de Salinas, que con su vestimenta típica bailan el ritmo de la bomba.

d.3.2.4.7 Mural 4

En este mural, tratamos de dar a conocer el desarrollo de la parroquia, que ha venido teniendo los últimos años, fruto del proceso turístico que se viene dando. Esto se debe a que se está rescatando los patrimonios importantes de Salinas y del Ecuador, como el tren, las expresiones culturales, la gastronomía, entre otros, permitiendo que se beneficien las familias involucradas y toda la parroquia de Salinas.

d.3.2.4.8 Parque Central de Salinas

(Se realiza un relato histórico-geográfico de Salinas)

Frente al parque tenemos la Tenencia Política, Iglesia, Emprendimientos comunitarios, Centro de Salud y la Escuela Antonio Ante, que es el centro educativo en donde se han educado la mayoría de las personas de la parroquia de Salinas, dado que esta escuela se fundó en 1825, y desde entonces, ha venido acogiendo en sus aulas a muchos niños y niñas. Se ha realizado una ampliación y remodelación de esta escuela, ya que su capacidad era muy limitada.

Las primeras noticias que tenemos sobre el pueblo de Salinas las debemos a Sancho Paz Ponce de León, quién en 1550 refiriéndose al centro de producción de la sal en la zona de Mira, dice: "Hay en el distrito de mi corregimiento un pueblo que es del repartimiento de Otavalo, donde los indios que están en él cogen la tierra que está como salitre, y la

cuecen en unas ollas y hacen mucha cantidad y con ella tienen grandísima contratación los dichos indios naturales de aquel pueblo, que se la van a mercar de todos los pueblos de esta comarca, y también vienen a mercarla los indios infieles que no están conquistados y viven en tierras cerca de estos pueblos de este corregimiento”.

Al respecto y para tener una idea más clara sobre el porqué del nombre del pueblo, ya que hasta nuestros días hay una confusión sobre su designación equivocándose con el apellido del prócer Juan de Salinas, tergiversando la verdadera causa histórica de su nominación.

Las noticias que hemos logrado recoger sobre este producto señalan que para la cultura andina este producto era vital. Aunque la recolección la hacían hombres y mujeres, eran estas las últimas que más aportaban porque en la visión indígena, las mujeres están vinculadas a la tierra que es la madre, y por este motivo ellas debían realizar esta actividad.

Los primeros informes que tenemos sobre la producción de minas de sal natural en la región de Ibarra, los debemos a los Jesuitas, quienes en sus cuentas anuales a los superiores de Quito referían sobre este mineral, señalando que se lo podía encontrar en la cuenca del río Mira, pero particularmente en el pueblo que tiene el mismo nombre, es decir Salinas.

Insistimos que desde tiempos prehistóricos era motivo de un activo comercio de intercambio con ají, algodón y coca. Como resultado de esta gestión, el pueblo al que le conocían como Salinas pasó a convertirse en el más rico de la región. Por su posesión, en el tiempo de la Colonia, fue causa de discordias y peleas entre los encomenderos españoles, quienes anhelaban poseer tierras en esta zona, ya que ello les permitía controlar el negocio de la sal, que de suyo era muy rentable desde el punto de vista económico.

Con seguridad los indios comerciantes llamados mindalaes o mindalas fueron los responsables de este intercambio el mismo que era trasladado en grandes cantidades a la zona de Quijos por el Oriente y llegaba hasta Pasto, las montañas adyacentes por el Norte. Por el Sur el producto llegaba hasta Quito.

Salinas como parroquia Civil

El antiguo pueblo de Salinas consta en varios mapas coloniales y como hemos señalado líneas atrás, fue un centro económico de mucha importancia, razón por la que cuando el Libertador Simón Bolívar propuso al Congreso de la Gran Colombia, reunido en Bogotá el 25 de junio de 1824, expedir la Ley de División Territorial, cuyos artículos referentes al Departamento del Sur son los que siguen: “Art II. El Departamento del Ecuador comprende las provincias de: 1.- de Pichincha, su Capital Riobamba. Los cantones de la provincia de Pichincha y sus cabeceras son Quito, Machachi, Latacunga, Quijos y Esmeraldas. Los cantones de la provincia de Imbabura son: Ibarra, Otavalo, Cotacachi y Cayambe”.

En tan dilatada extensión se comprendían las provincias de Caranqui, San Antonio, Salinas, Urcuquí, Tumbabiro, Cahuasquí, Lanchas, Pimampiro, Ambuquí, Intag, Mira, El Ángel, Puntal, Tusa, Tulcán, Imantag, Atuntaqui, San Pablo, Tabacundo, Cangagua, Tocachi y Malchinguí. Desde el punto de vista de autoridades civiles, el caso de la parroquia de Salinas tiene mucha importancia desde una perspectiva administrativa, ya que como hemos señalado este lugar era uno de los lugares más prominentes dentro de la economía regional por la producción de sal, razón por la cual las autoridades de Ibarra le dieron toda la importancia legal. En un juicio por posesión de tierras fechado el 14 de abril de 1715, dice: “en de esta tierra que le llaman de las salinas digo y doy fe en mi calidad de teniente de corregidor cuyo cargo lo ejerzo hace más de treinta años por gracia del señor Corregidor de la villa dicho que el Don Esteban de la Fuente tiene derechos en el fundo de cuatro caballerías llamado

Churbayán que se halla junto al río que le llaman Palacara y pues de mi jurisdicción.

El hecho de firmar como teniente de corregidor significa que el pueblo tenía autoridades propias, posiblemente nombradas luego de la fundación de Ibarra, es decir en 1606, razón por la que se demostraría que el pueblo de Salinas siempre tuvo preeminencia social, económica y político-administrativa.

Luego de que se decretó la creación de la provincia de Imbabura, posiblemente el primer teniente de corregidor (teniente político) fue el señor Juan de Dios Narváez, pues él firma una demanda hacia el Gobernador de Ibarra contra Francisco Herrera, quién era dueño de una fábrica de sal localizado en el sitio “La Empalizada”. Este dato corresponde a 1827.

La función misma de teniente político asoma en el año de 1835 cuando el Congreso Nacional cambia las designaciones de corregidor por el de jefe político y teniente de corregidor por el de teniente político.

Para el caso de Salinas, el Ministro del Interior (actual Ministro de Gobierno), en el año de 1836 cita a Manuel Pabón para que en representación del pueblo pida se legalicen las aguas de la acequia que pasaba por la hacienda de San Clemente y que podían servir para regadío de las “partes bajas del pueblo de Las Salinas de la jurisdicción de Ibarra. Las dichas aguas se pierden y desperdician por el gran caudal que baja y no se puede permitir ese asunto en tanto que hay problema de riego en el dicho sector, pero es necesario que la poblada de Las Salinas haga mingas para rectificar en el sitio Loma Ancha una variable para captar esas aguas que pueden ser a perpetuidad propiedad del pueblo siempre y cuando no permitan que quede vaca...”

Según nuestro criterio, el señor Pabón pudo haber sido el primer teniente político de Salinas, ya que él fue el propio Ministro de Gobierno de 1836, quien cita a esta autoridad, la misma que no podía ser otra sino al propio teniente político, toda vez que no hay registros de ellos en el archivo de Gobernación de Imbabura, y si los hay, corresponden a las últimas décadas del siglo XX.

En vista del pequeño espacio que disponemos en esta breve síntesis, no podemos ampliar otros datos sobre el pueblo de Salinas, pero lo haremos en su oportunidad. Citaremos algunos aspectos en donde el nombre de Salinas surge en los anales históricos nacionales: guerra de San José entre conservadores y liberales, construcción del ferrocarril Ibarra- San Lorenzo y otros más.

Salinas como Parroquia Eclesiástica

Territorialmente, el pueblo de Salinas se ubica en las inmediaciones de la hacienda San Clemente que era una de las más grandes de la región, razón por la cual los moradores y las autoridades tenían una estrecha vinculación entre sí.

Esta hacienda fue propiedad de los padres Agustinos hasta el año de 1847, quienes la administraron en forma directa en algunas ocasiones; en otras, empleando la modalidad de arrendamiento. En este año la venden a Manuel Freile y Chiriboga, que a su vez la transfiere a los hermanos Carlos y Ricardo Serrano para que exploten el lugar. Debido a problemas internos venden la propiedad a los padres mercedarios en el año de 1886.

Estos religiosos deciden solicitar al obispo de Ibarra, Mons. Pedro Rafael González Calixto se cree la parroquia eclesiástica de Salinas bajo la advocación de “Santa Catalina Virgen y Mártir” hecho ocurrido el 20 de junio de 1886. No sabemos a ciencia cierta si esa designación fue registrada en los anales de la curia de Ibarra, por cuanto no hay

evidencias; sin embargo en los libros parroquiales se la conoce como parroquia Santa Catalina de Salinas. La referida bienaventurada fue y es la patrona del convento de la Merced de Ibarra, siendo una de las religiosas mercedarias de mayor devoción en el siglo XIX. No se debe confundir con el nombre de Santa Catalina de Siena, propia de la Orden Dominicana.

A nuestra derecha, tenemos la casa del deporte y el Gobierno parroquia de Salinas, que es la entidad que se encarga de buscar el desarrollo social, económico, ambiental y cultural de los habitantes de Salinas. En este espacio también se encuentra la radio comunitaria La Voz de los Afros, que es una herramienta para fortalecer el proceso organizativo de la parroquia y para promocionar los atractivos turísticos que tenemos.

d.3.2.4.9 Museo de la Sal

En el museo podemos apreciar físicamente como era el proceso para la obtención de la sal, los usos y el valor de la misma, ya que era más apreciada en alimentación, por ser menos amarga.

La sal era cambiada por oro, ají y algodón. En algunos lugares tales como los de Lita, la sal era considerada una moneda y con ella se podía realizar varias transacciones comerciales.

El proceso de refinamiento de la sal se inicia cavando la tierra cargada del mineral en ciertos sitios de un lecho de río disecado. Este material era cargado en bolsas de piel de chivo y se las colocaban en angarillas de madero para luego ser transportadas al lomo del burro hasta los sitios de lavado, los cuales eran estructuras rectangulares hechas de tronco y barro arenoso y que desempeñaba la tarea de filtro. Allí se depositaban los sedimentos. Este barro era vigorosamente pisoteado por mujeres y

niños luego de que se vertía el agua salada que fluía de manantiales cercanos. Una vez contemplado el largo proceso de filtración, este material que era de color oscuro, era recolectado en recipientes con lo cual comenzaba el cocido. En algún punto del proceso, la tierra descartada era removida del lavadero y amontonada en un lugar próximo.

La cocción de la solución salina se realizaba en grandes pailas de bronce que se colocaban sobre hornillas inmensas llamadas tulpas. Hombres y niños contribuían en las operaciones mediante la recolección de atados de pasto, estiércol, leña y hojas de caña seca. El fuego debía ser mantenido en forma constante sobre todo por las noches. El punto en el que el agua estaba lista para la cocción era fácilmente probado colocando un huevo en el líquido. Si el huevo flotaba la solución estaba lista. Si quería una solución más fuerte, el huevo era reemplazado por una papa.

Una vez cristalizada, era colocada en sacos de cabuya, a los que se golpeaba para sacar cualquier residuo de agua y se lo ponía bajo tierra por el lapso de un día con el objeto de que el producto se blanqueara y adquiriera mejor calidad. Posteriormente la sal granulada era moldeada en recipientes y los llamados pucos, que tenían forma de horma y de cono, eran sometidos otra vez al fuego para que se sequen y endurezcan. Más tarde eran compactadas en hojas secas de caña de azúcar y estaban listas para su distribución.

d.3.2.4.10 Centro gastronómico Palenque

A continuación degustaremos de un delicioso almuerzo típico. La preparación de los platos es elaborada por mujeres propias de la comunidad, mismas que poseen conocimientos culinarios muy característicos, los insumos para la elaboración de los platos provienen

de los alrededores de la comunidad de Salinas, lo cual incentiva a las actividades productivas de la zona.

Ilustración 28: Almuerzo típico



El almuerzo que está dentro de la ruta, como propuesta, consta de los siguientes componentes:

Caldo de gallina criolla con yuca; Plato principal: Guandul, yuca frita, carne de res, arroz, plátano frito y ensalada; como bebida tenemos el tradicional jugo de ovo.

d.3.2.4.11 Entrega de recuerdos y despedida

Les agradecemos en nombre de la comunidad de Salinas y Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública, por su valiosa visita, y esperamos retornen pronto.

Ilustración 29: Artesanía local

A continuación les entregaremos una artesanía (aretes para mujeres y llaveros para hombres) elaborada por el grupo de jóvenes de la comunidad y una hermosa postal histórica de “El Tren de la Libertad”, muchas gracias.



Después de disfrutar de la ruta, se realiza el abordaje de retorno a la ciudad de Ibarra.

d) DIFUSIÓN DEL PRODUCTO

e.1 Justificación

En la actualidad, los mercados prioritarios para la promoción, son: Europa, Norteamérica y países de la región, como Argentina, Brasil y Colombia, entre otros. Estos mercados representan el 63% del total de llegadas al país y aportan el 64,4% de las divisas.

En resumen, la promoción está enfocada principalmente a mercados cuyos turistas aportan más divisas y prefieren los productos turísticos relacionados con naturaleza y turismo de intereses especiales, así como el turismo de negocios que se desarrolla en nuestro país.

Una de los principales objetivos es promover es el producto turístico “El Tren de la Libertad” de nuestro país a nivel internacional. Para ello, se diseña un programa, el cual orienta y focaliza nuestros recursos a motivar a más turistas y así dinamizar la economía del sector. Cuya finalidad es generar interés de este producto turístico aportando a la experiencia vivida con información virtual e impresa.

e.2 Objetivo general

Promocionar la ruta “El Tren de la Libertad” a nivel nacional e internacional, para intensificar la actividad turística.

e.3 Específicos

1. Diseñar una página web de la ruta “El Tren de la Libertad” como principal fuente de información turística.
2. Crear postales históricas de la ruta “El Tren de la Libertad” para difusión del atractivo.

e.3.1 Información de la página web

La página web tendrá información exclusiva de la ruta “El Tren de la Libertad”, la cual contará con seis pestañas principales, de fácil navegación, con un atractivo diseño visual y dinámico.

e.3.1.1 Inicio

Se realizará una síntesis de la ruta.

El recorrido empieza en la Estación de la ciudad de Ibarra con destino a la Parroquia de Salinas, la ruta comprende una distancia de 30.1 km. Al descender 600 metros, se experimenta el cambio de temperatura, de paisaje y de vegetación gracias a la variedad de pisos climáticos, el Ferrocarril cruza por 2 puentes Chorlaví y Ambi respectivamente, además cuenta con 7 túneles, los cuales se encuentran ubicados en medio de las montañas y que fueron excavados con herramientas manuales por trabajadores de la época.

En la mayoría del recorrido se puede apreciar grandes extensiones de producción agrícola en su mayoría de cañaverales, debido a que estos sectores en tiempo pasado eran haciendas pertenecientes a los Jesuitas y que en la actualidad son aprovechadas por los habitantes que lograron adquirir dichas extensiones y continuar con la producción.

Al llegar a la Estación Salinas, ubicada en la Parroquia Santa Catalina de Salinas podrán refrescarse con una deliciosa bebida, un grupo de danzantes Afro descendientes los recibirán con su música y danza propias, en la que se representa las actividades, anhelos y amoríos de su gente usando como instrumentos materiales de la naturaleza. Continúa con un recorrido por la Parroquia, empezando por un pequeño Jardín Botánico de Plantas nativas, varios murales, el Parque Central y el Museo

de sal. Al salir del Museo le espera un delicioso almuerzo el cual de seguro hará que recupere las fuerzas para retornar a Ibarra con un precioso recuerdo del Pueblo Afro.

e.3.1.2 Historia

El ferrocarril del Ecuador se consolidó como un servicio turístico después de la rehabilitación integral del sistema ferroviario nacional. Un siglo más tarde de la construcción de las vías ferroviarias en el gobierno del General Eloy Alfaro, se logró recuperar el Ferrocarril del Ecuador como un patrimonio histórico contemporáneo.

La ruta Tren de la Libertad (Ibarra-Salinas-Ibarra) es uno de los ocho destinos turísticos de los ferrocarriles del Ecuador. La rehabilitación de su vía de 30 km, y de las estaciones de Ibarra y Salinas, se cumplió durante el 2011; y el 18 de enero de 2012 se reinauguró la ruta.

Parte de la historia férrea señala que el tren llegó por primera vez a la estación de Salinas, en la provincia de Imbabura, en 1945, cuando ya funcionaba el tramo Quito-Ibarra, inaugurado en 1929. Con la restauración de la denominada ruta Tren de la Libertad, renace la operación del ferrocarril, transformando la calidad de vida de los habitantes en la zona urbana y rural de Ibarra.

e.3.1.3 Empresa FEED

“FERROCARRILES DEL ECUADOR EMPRESA PÚBLICA”, es una empresa comprometida con el Ambiente, en donde se respeta y se preserva la naturaleza, a través del uso de estrategias para prevenir y reducir los impactos en el espacio que se realizan actividades turísticas.

e.3.1.3.1 Misión

Administrar y operar con eficiencia el sistema ferroviario turístico - patrimonial y contribuir al desarrollo socioeconómico del país, mediante el fortalecimiento de las actividades productivas, que fomenten el turismo y la valoración histórico-patrimonial, con responsabilidad social.

e.3.1.3.2 Visión

En el año 2014, la Empresa de Ferrocarriles Ecuatorianos será una entidad moderna, eficiente, técnicamente operada, transparente y rentable, que promueva dentro del Sistema Ferroviario Nacional el desarrollo de las economías locales y micro regionales, bajo un enfoque turístico, que incida en la valoración y en el reconocimiento patrimonial histórico, tanto a nivel nacional como internacional.

e.3.1.3.3 Política de la calidad

Administrar y operar con eficiencia el sistema ferroviario patrimonial de uso turístico y contribuir al desarrollo socioeconómico del país, mediante el fortalecimiento de las actividades productivas, que fomenten el turismo y la valoración histórico-patrimonial, con responsabilidad social; cumpliendo los objetivos institucionales, con orientación hacia la mejora continua.

e.3.1.3.4 Objetivos estratégicos

- I. Recuperar la Infraestructura del Sistema Ferroviario Ecuatoriano.

- II. Fomentar el desarrollo económico local y la participación de los actores públicos y privados, bajo un enfoque turístico, patrimonial, cultural y solidario.

- III. Estructurar una empresa pública que administre eficientemente el sistema ferroviario turístico patrimonial, y que responda a las necesidades de la demanda y de la gestión empresarial moderna.

e.3.1.4 Atractivos turísticos

e.3.1.4.1 Estación Ibarra

Es el punto de partida hacia la parroquia de salinas y un emblema para la ciudad de Ibarra, ya que con la llegada del ferrocarril aumento la producción y el comercio.

e.3.1.4.2 Estación Salinas

Después de la reconstrucción de la vía férrea, la estación Salinas es el punto de encuentro para los turistas, en la estación, la música bomba y el baile, dan la bienvenida a los viajeros que son invitados a integrarse. El clima es seco y estable durante todo el año.

e.3.1.4.3 Jardín comunitario

Está ubicado en la parte lateral de la estación, conformada por varias plantas nativas y otras ornamentales, el jardín es una oportunidad para conocer la flora del sector y la relación entre la comunidad a través de su mantenimiento.

e.3.1.4.4 Murales

Ubicados en puntos estratégicos, los murales son muestra de las manifestaciones culturales del pueblo afro, su injusto pasado, comercio, turismo y desarrollo.

e.3.1.4.5 Parque central Salinas

Construido en el año de 1825, el parque central es símbolo de independencia, y punto de encuentro para los habitantes, debido a que aquí también está ubicada la iglesia, la tenencia política y una escuela creada en el mismo año.

e.3.1.4.6 Museo de Sal

La Junta Parroquial de Santa Catalina conserva esta tradición y le asignó un punto de exhibición para mostrar el proceso artesanal de la sal a los turistas. Una vez que los artesanos cocinan la sal con agua, el yodo se evapora al exponer el mineral tres días al sol.

e.3.1.4.7 Centro Gastronómico Palenque

El lugar indicado para degustar los sabores de la deliciosa gastronomía afro.

e.3.1.5 Salinas

e.3.1.5.1 Ubicación

Esta parroquia, ubicada al norte de la ciudad de Ibarra, a 30 minutos de viaje por un ramal de la Panamericana que se conecta con el cantón San Lorenzo, fue considerada en la Colonia como uno de los sitios más ricos de la región, gracias a su próspera producción de la sal.

e.3.1.5.2 Música y danza

La bomba, así se la conoce a la música afro del Valle del Chota, utilizan instrumentos fabricados con plantas de la naturaleza, su danza es una muestra de cortejo en el que la mujer reta a hombre a soportar sus desenfrenados movimientos de cadera.

e.3.1.5.3 Gastronomía

El sabor de la comida afro es delicioso, utilizan los productos que la naturaleza les brinda, su plato principal es el caldo de gallina y la menestra de guandul (frejol), lo pueden acompañar con cualquier tipo de carne y ensalada, además los deliciosos jugos de fruta, empanadas de morocho, arroz de leche y mermeladas.

e.3.1.5.4 Indumentaria

Debido al clima, y a la alegría de su gente utilizan vestimenta floja y colorida que consta, en la mujer de una follera, una falda, blusa y pañuelo, mientras que los hombres, pantalón corto, camisa y un pañuelo.

e.3.1.5.5 Artesanía

Las hábiles manos del pueblo afro, permiten que realicen artesanías con semillas pintura y barro.

e.3.1.5.6 Oralidad ancestral

Caminá, quierde, va crer, vení, entre otros son términos que utiliza la gente afro en oraciones cotidianas, en canciones y leyendas que los adultos cuentan a los más pequeños, lo que hace que el dialecto sea muy peculiar.

e.3.1.6 Información**e.3.1.6.1 Precios**

Tarifa de Adulto 35.00

Menores de 12 años, tercera edad y personas con capacidades especiales tienen el 50% de descuento (solo transporte).

Detalle:

Boleto ida y vuelta, danza, guianza y entrada al Museo	25.00
Bebida (jugo de caña)	1.25
Guianza nativa	2.00
Almuerzo típico	4.00
Artesanía de recuerdo	2.00
Postal histórica	0.75
TOTAL	35.00

e.3.1.6.2 Horarios

El Tren está disponible de Miércoles a Domingo y Feriados, saliendo a las 10H30 desde la estación de la Ciudad de Ibarra, y el retorno programado a las 17H00. Se debe realizar una reservación del servicio con al menos 10 días de anticipación.

e.3.1.6.3 Itinerario

Tabla 15: Itinerario alternativo

Hora	Actividad	Descripción
8:00 a 8:30	Entrega de boletos (33 Estación Ibarra)	Se entrega al pasajero su ticket, previamente adquiridos con reservación para el abordaje.
8:30 a 10:15	Salida de la Estación Ibarra	Durante el trayecto de Ibarra a Salinas, el guía aporta brevemente con información importante, durante todo el recorrido, sobre la historia e información relevante de Ibarra, el proceso de creación del ferrocarril en el Ecuador, flora, fauna de Salinas y datos generales sobre la comunidad de Salinas.
10:15 a 10:50	Llegada a la estación Salinas	La comunidad recibe al turista con una danza típica, en donde se puede formar parte de los danzantes, además de degustar el exquisito jugo de caña, típico de la región.

10:50 a 11:10	Recorrido por el jardín comunitario	Ubicado en la parte posterior de la estación, el cual tiene plantas nativas de la comunidad.
11:10 a 11:50	Visita a los murales	Se realiza el recorrido por cuatro murales que representan la identidad de la comunidad de Salinas.
11:50 a 12:10	Recorrido en el parque central	Se realiza un relato histórico-geográfico de Salinas, como parroquia civil y eclesiástica.
12:10 a 12:50	Entrada al Museo de Sal	Se muestra cómo se extraía la sal, sus usos y formas de comercialización en tiempos antiguos.
13:00 a 14:00	Almuerzo típico	Preparado con producto propios de lugar, preparados por la Asociación Gastronómica Palenque.
14:00 a 14:30	Entrega de artesanía y postal	Con la finalidad de generar interés en el visitante, se entregará a cada uno una artesanía elaborada por el grupo artesanal de Salinas, y una postal histórica de la ruta "El Tren de la Libertad".
14:30 a 14: 45	Abordaje para retornar	Se solicita la entrega del ticket de retorno y se verificará la presencia de todos los pasajeros.
14:45 a 16:30	Llegada a la Estación Ibarra	

Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

e.3.1.7 Contactos

Para sus reservaciones, puede acercarse a las oficinas ubicadas en la misma Estación de Ferrocarril Ibarra, ubicada en la Av. Eugenio Espejo y Cristóbal Colón y comprar su ticket personalmente, estaremos gustosos de atenderle.

Para mayor información comuníquese a los teléfonos:
062950390 / 062955050.

e.3.1.8 Vista final

Ilustración 30: Vista final página web



NOTICIAS



LA PRIMERA MARAVILLA
La estación del tren de Chimbacalle es la primera de las 7 maravillas de Quito.
[mÁis](#)



SEGURIDAD DEL TREN
La seguridad en la vía del tren depende de todos, infórmate como puedes colaborar!. [mÁis](#)



TREN CRUCERO
La cordillera y la llanura ecuatoriana se unen con Tren Crucero
[mÁis](#)



Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad



Ministerio de Turismo



Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo



Ministerio de Industrias y Productividad



tren Ecuador



ecuador ama la vida

Ilustración 31: Portada página web



e.3.2 Postales históricas

La finalidad de la elaboración de las postales históricas, es que el visitante se lleve un recuerdo tangible, el cual contenga el valor cultural de la experiencia vivida a lo largo de la ruta.

Las fotografías que se han tomado para el diseño de las postales históricas, son del Archivo Histórico del Ilustre Municipio de Ibarra.

Su atractivo diseño cuenta con el nombre de la imagen y el año en el que fue capturada la misma.

e.3.2.1 Vista final

Ilustración 32: Postal de construcción



Ilustración 33: Postal de la Estación

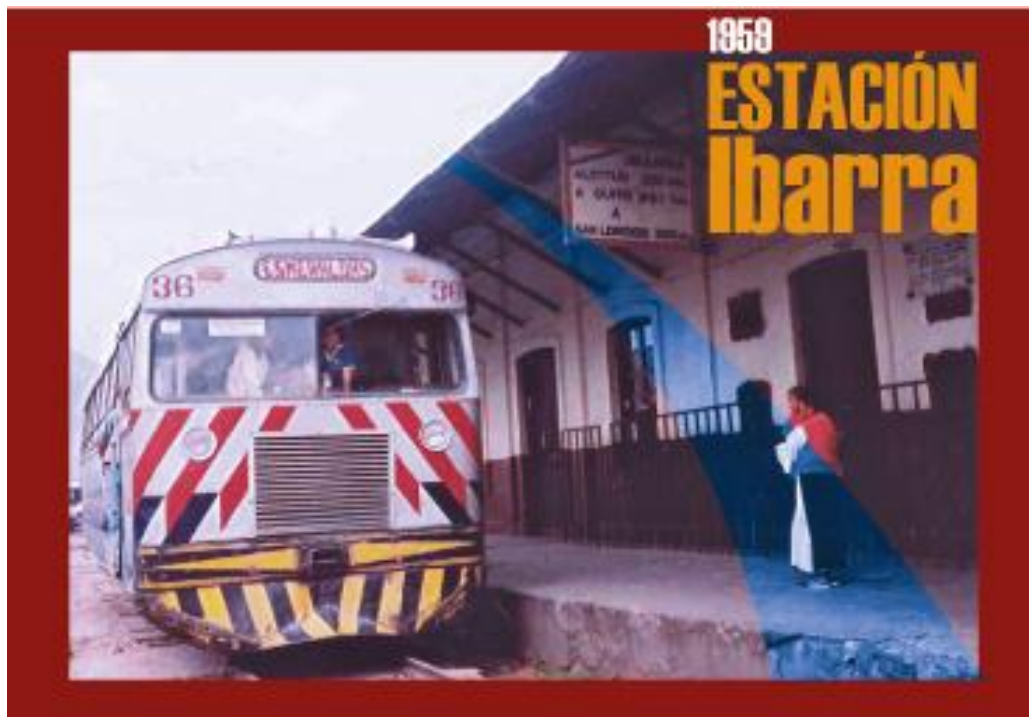


Ilustración 34: Postal antes del terremoto



Ilustración 35: Postal de la señalética



Ilustración 36: Postal de los túneles



e.4 Presupuesto

Tabla 16: Presupuesto página web

PÁGINA WEB					
Recursos Humanos					
N	Descripción	Medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total
1	Diseñador	Hora	30	10,00	40,00
2	Programador	Hora	35	12,00	47,00
Recursos Materiales					
Hardware					
3	Alquiler PC de escritorio	Unidad	1	30,00	30,00
Software					
4	Apache	Unidad	1	5,00	5,00
5	PHP	Unidad	1	5,00	5,00
6	MySQL	Unidad	1	5,00	5,00
7	JavaScript	Unidad	1	5,00	5,00
8	Macromedia	Unidad	1	5,00	5,00
9	HTML	Unidad	1	5,00	5,00
SUBTOTAL					147,00
IMPREVISTOS (5%)					7,35
TOTAL					154,35

Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

* Precios de mercado: Diciembre del 2013

Tabla 17: Presupuesto postales históricas

POSTALES HISTÓRICAS					
Recursos Humanos					
N	Descripción	Medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total
1	Diseñador	Hora	10	3,00	13,00
Recursos Materiales					
Hardware					
3	Alquiler PC de escritorio	Unidad	1	30,00	30,00
4	Alquiler Scanner	Unidad	1	20,00	20,00
Software					
4	Illustrator	Unidad	1	2,50	2,50
5	Photoshop	Unidad	1	2,50	2,50
6	Camedia	Unidad	1	2,50	2,50
7	Impaint	Unidad	1	2,50	2,50
SUBTOTAL					73,00
IMPREVISTOS (5%)					3,65
TOTAL					76,65

Elaboración: Guzmán A, Herrera E. (2013)

* Precios de mercado: Diciembre del 2013

6.8. Impactos

6.8.1. Impacto Social

Permitirá mejorar las condiciones de vida de los habitantes del sector garantizando la seguridad familiar, el bienestar y la seguridad comunitaria, sin dejar de lado que se pretende optimizar la atención al cliente.

6.8.2. Impacto Económico

Incrementará el prestigio de la Empresa el cual se verá reflejado en el incremento de ingresos para la misma y para la comunidad, así como también existirá oferta de empleo, la misma que permitirá mantener una estabilidad económica en la región y en la familia.

6.8.3. Impacto Turístico

Permitirá satisfacer las expectativas del cliente, lo conllevará a atraer a más turistas a la adquisición del servicio, ya que se prestará un servicio y atención al cliente personalizada además se proporcionaran novedosos productos, además permitirá dar a conocer a la cultura a través de artesanías propias del lugar.

La Parroquia de Salinas es el objetivo final del trayecto, por lo tanto se aprovechará, dando a conocer con profundidad la historia y tradiciones de la empresa como de los lugares turísticos del Norte del país, pues la finalidad principal es promocionar con énfasis la cultura patrimonial del

ferrocarril y de la parroquia.

6.9. Difusión

El documento se socializará mediante reuniones con los diferentes grupos existentes en la comunidad de Salinas, en donde se difundirá el Plan De Mejoramiento Turístico, sus objetivos, acciones estratégicas, programas, proyectos y demás, con la participación de los actores turísticos y comunidad en general, para mancomunadamente realicen las gestiones pertinentes para su accionar.

La difusión del documento se realizará en medios de comunicación, (prensa, televisión y radio local), mediante informativos sobre el Plan de mejoramiento, además del uso del Internet, ya que es el medio de comunicación más preciso y eficaz que hoy en día todo el mundo lo utiliza, permite que la publicidad alcance de manera precisa a las poblaciones más alejadas y a grupos definidos, es el más vertiginoso e interactivo.

6.10. Bibliografía

BARCO M, PIERO D, SANZ A (2008) *“Guía Moderna de Estudios Planificación y Técnicas del Aprendizaje”*.

BOULLÓN, Roberto; (2005); *“Las Actividades Turísticas y Recreacionales”*, Primera Edición; Editorial Trillas; México. Pág. 33 – 56.

BUHALIS, D (2000), *“Marketing the competitive destination of the future Tourism Management”*.

BURGE M. (1996) *“La investigación Científica”* Barcelona, Editorial Ariel.

EVANS J, LINDSAY W (2008), *“Administración y Control de la Calidad”*, Internacional Thomsom Editores, S: A.

KOTLER P; ARMSTRONG, G. (2004) *Décima edición. Madrid: Pearson Education, S.A. ,2004. 792.p.*

LUQUE, Y (2009), *“Definición de Producto turístico”*, (en línea). Consultado el 28 Diciembre de 2012. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos17/turismo/turismo.shtml>.

MACHADO, E. HERNÁNDEZ, Y. (2009). *“Procedimiento para el Diseño de un Producto Turístico Integrado”*, 161p. pdf, (en línea). Consultado el 12 de Diciembre del 2012. Disponible en: www.teoríaaypraxis.uqroo.mx

MINISTERIO DE TURISMO (2008), *“Estrategias de Turismo Rural”*, Pág. 19.

MUNICIPIO DE IBARRA-PRODESIMI. (2005) Línea base de calidad ambiental del Cantón Ibarra. Informe final de consultoría.

MUNICIPIO DE IBARRA ARCHIVO HISTÓRICO. (2008), "Llegada del ferrocarril a Ibarra".

MUNICIPIO DE IBARRA (2006), "Plan de Marketing Turístico para el Cantón San Miguel de Ibarra".

MUNICIPIO DE IBARRA (2005) "Plan Estratégico de Turismo del Cantón San Miguel de Ibarra".

NTE INEN 2292 (2010) "Accesibilidad de las personas con discapacidad y movilidad reducida al medio físico (Transportes)"

OGANDO, P. MAMANÍ, E. FARÍA, R. (2006) "Actividad Turística: El producto turístico", Universidad Nacional de Cuyo, Facultad de Ingeniería Económica. Cuyo (España). 21p. pdf.

OMT (2004) "Desarrollo Turístico Sostenible" Madrid – España.

PLAN DE DESARROLLO ESTRATÉGICO DE LA PARROQUIA DE SALINAS (2006) Cantón Ibarra. Pág. 18

RICAURTE, C (2005), "Texto Básico de marketing Turístico". Escuela Superior politécnica de Chimborazo. Riobamba- Ecuador.

RODRÍGUEZ, M (2005), "Industria del Turismo" de la editorial Gedisa, Madrid.

SAPAG, N (2002) "Evaluación y Preparación de Proyectos", Pág. 55, Ed. Norma, Bogotá.

TARLOMBANI S. (2010) *“Estudios y Perspectivas en Turismo”*
Volumen 14 (2005) pp. 222 – 242

TORRES P. (2004) *“Planificación Territorial Texto Básico”* Riobamba
(Ecuador) Pp. 36-43

UNESCO (2001) *“Declaración universal de la UNESCO sobre la
diversidad cultural”, Paris, Pág. Art. 1.*

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA EXPERIMENTAL LIBERTADOR
(2005). *“Investigación documental”*

VALENCIA, R., N. Pitman, S. León-Yáñez & P.M. Jorgensen (eds.).
2000 *Libro rojo de las plantas endémicas del Ecuador*. Herbario QCA,
Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito.

VÁSQUEZ G, *“Guía Turística y Ecológica - Ecuador en la Mitad del
Mundo”, Ed. GV & TOUR Productora Turística, Quito – Ecuador, Pág. 23.*

VILLACÍS, J (2004), *“¡Basta! Cambia “Ya” Y Sé Creativo”*

ZARATE, E (2006), *“Introducción al Marketing”* Editorial Mc Graw Hill de
www.monografias.com.

ANEXOS

1. Matriz de coherencia

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	
<p>Escaso estudio de la oferta y demanda turística de la ruta ferroviaria “El Tren de la Libertad” de los cantones Ibarra y Urcuquí.</p>	
<p style="text-align: center;">FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</p> <p>¿Cuál es la oferta y demanda turística de la ruta ferroviaria “El Tren de la Libertad” de los cantones Ibarra y Urcuquí?</p>	<p style="text-align: center;">OBJETIVO GENERAL (Investigación)</p> <p>Analizar la situación de la oferta y demanda turística de la ruta ferroviaria “El Tren de la Libertad” de los cantones Ibarra y Urcuquí.</p>
<p style="text-align: center;">TÍTULO DEL PLAN DE TESIS DE GRADO</p> <p>Estudio de la oferta y demanda turística de la ruta ferroviaria “El Tren de la Libertad” de los cantones Ibarra y Urcuquí.</p>	<p style="text-align: center;">OBJETIVO GENERAL (Propuesta)</p> <p>Diseñar una propuesta para impulsar la oferta y demanda turística actual de la ruta ferroviaria “El Tren de la Libertad” de los cantones Ibarra y Urcuquí.</p>
<p style="text-align: center;">INTERROGANTES DE INVESTIGACIÓN</p> <p>e) ¿Qué características tiene la oferta turística de la línea ferroviaria de los cantones Ibarra y Urcuquí?</p> <p>f) ¿Qué características tiene la demanda turística de la línea ferroviaria de los cantones Ibarra y Urcuquí?</p> <p>g) ¿El diseño de una propuesta turística en la ruta ferroviaria “El Tren de la Libertad” en los cantones Ibarra y Urcuquí ayudaría a impulsar la oferta y la demanda turística actual?</p>	<p style="text-align: center;">OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>a) Determinar la oferta turística de la línea ferroviaria de los cantones Ibarra y Urcuquí.</p> <p>b) Determinar la demanda turística Y tendencias de turismo para la ruta ferroviaria.</p> <p>c) Diseñar un plan de mejoramiento del producto turístico “El Tren de la Libertad”, para posicionar a Ibarra como destino turístico.</p>

2. Encuestas

2.1 Encuesta para turistas

Lugar..... Fecha.....

A.- DATOS INFORMATIVOS DEL ENCUESTADO

1.- Su país de origen es:

- | | | | |
|----------------------|-------------------------|-----------------------|-----------|
| a) Chile () | d) Venezuela () | g) Panamá () | j) |
| Canadá () | | | |
| b) México () | e) Asia () | h) Ecuador () | k) |
| Colombia () | | | |
| c) España () | f) EE.UU () | i) Perú () | Otros |
| cuales..... | | | |

2.- Si su nacionalidad es ecuatoriana de que ciudad es

3.- Género: **a)** Masculino () **b)** Femenino ()

4.- Su edad promedio es:

- | | | |
|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| a) Entre 18 – 25 () | c) Entre 33 - 40 () | e) Entre 49 – 56 () |
| b) Entre 26 – 32 () | d) Entre 41 - 48 () | f) Mas de 57 () |

5.- Formación académica:

- | | | |
|--------------------------|------------------------|-----------------------|
| a) Primaria () | c) Superior () | e) Ninguna () |
| b) Secundaria () | d) Posgrado () | |

6.- Su ocupación es:

- | | | | |
|--------------------------|-------------------------|-----------------------------|-----------|
| a) Científico () | d) Ingeniero () | g) Jubilado () | j) |
| Estudiante () | | | |
| b) Biólogo () | e) Médico () | h) Administrador () | Otro, |
| Cuál..... | | | |
| c) Abogado () | f) Profesor () | i) Agricultor () | |

B.- HÁBITOS Y MOTIVACIÓN DEL VIAJE

7.- Al año ¿Cuántas veces viaja con fines turísticos?

- a)** 1 vez () **b)** 2 veces () **c)** 3 veces () **d)** Más de 3 ()

8.- Cuando usted viaja ¿Qué tipo de destino turístico elige?

- a)** Ancestral () **d)** Naturaleza () **g)** Conocimientos () **j)** Agroturismo ()
b) Aventura () **e)** Cultura () **h)** Ecoturism () **k)** Negocio ()
c) Religioso () **f)** Gastronómico () **i)** Comunitari () Otros cuales.....

9.- ¿Cuál es su forma de viajar?

- a)** Por cuenta propia () **c)** Capacitaciones profesionales () **e)** Tours operadoras ()
b) Agencia de viajes () **d)** Intercambios estudiantiles () Otros, cuales.....

10.- Cuando usted viaja lo hace acompañado por:

- a)** Familiares () **c)** Solo () **f)** Compañeros de trabajo ()
b) Amigos () **d)** Pareja () Otros, cuales.....

11.- Cuando usted se desplaza ¿Qué tipo de alojamiento suele contratar?

- a)** Hotele () **c)** Cabañas ecológicas () **e)** Hostales ()
b) Zona de camping () **d)** Alojamientos comunitarios () Otros, cuales.....

12.- ¿Qué tipo de alimentación usted prefiere?

- a)** Gastronomía nacional () **c)** Gastronomía típica de la zona () **e)** Gastronomía molecular ()
b) Gastronomía internacional () **d)** Gastronomía vegetariana () **f)** Gastronomía probiótica ()

13.- ¿Por cuánto tiempo permanece en el lugar?

- a)** 1 – 2 días () **b)** 3 – 4 días () **c)** Mas de 5 días ()

14.- ¿Cuáles son las principales actividades que le gusta desarrollar en el atractivo turístico?

- a)** Actividades deportivas () **d)** Elaboración de artesanías () Otros, cuales.....
b) Preparación de alimentos () **e)** Danzas ()

c) Actividades comunitarias () f) Fotografía ()

15.- ¿Cuál es el medio de transporte para sus viajes y turismo?

a) Vehículo propio () b) Transporte público () c) Tour operador ()

C.- PERFIL SOCIO-ECONÓMICO

16.- Promedio de ingresos mensual

a) 300 - 500 USD () c) 700 - 1000 USD () e) 1300 - 1800 USD ()
b) 500 - 700 USD () d) 1000 - 1300 USD () f) Más de 1800 ()

17.- ¿Cuánto es su promedio de gasto por viaje de turismo?

a) 100 - 300 USD () c) 500 - 700 USD () e) 900 - 1500 ()
b) 300 - 500 USD () d) 700 - 900 USD ()

18.- ¿En qué emplea más recursos económicos en sus viajes y turismo?

a) Alimentación () c) Alojamiento ()
b) Transporte () d) Diversión () Otros.

Cuáles?.....

D.- INFORMACIÓN DEL PROYECTO

19.- ¿Cómo se informó usted de este atractivo?

a) Internet () c) Revistas de turismo () e) Agencias de viajes ()
b) Televisión () d) Amigos y familiares () f) Ferias de turismo ()

Otros.

¿Cuáles?.....

20.- ¿Cuántas veces ha visitado "El Tren de la Libertad"?

a) 1 vez () b) Entre 2 y 3 veces () c) Más de 4 veces ()

21.- ¿Cuáles de los siguientes atractivos visitó previo a este?

a) Laguna de Yahuarcocha () f) Zuleta ()
b) Museo de Atahualpa () g) Centro Histórico ()
c) Pueblos Afro-ecuatorianos () h) Comunidad de Salinas ()
d) Inca Huasi () i) Museo de Sal ()
e) Ninguno () Otros. ¿Cuáles?.....

22. ¿Cuál de estos servicios turísticos le gustaría experimentar?

- | | | |
|--------------------------------|------------------------------|-----------------------------------|
| a) Guianza () | f) Alimentación () | k) Paquete completo () |
| b) Hospedaje () | g) Cabalgatas () | l) Pesca deportiva () |
| c) Transporte() | h) Caminatas () | m) Turismo comunitario () |
| d) Mejor señalética () | i) Interpretación () | Otros. ¿Cuáles?..... |
| e) Guías nativos () | j) Mejor atención () | |

2.2 Encuesta para empresarios

Nombre de la Empresa:.....
 Encuestado:.....

MARQUE CON UNA X SEGÚN SEA NECESARIO

1. ¿Qué tipo de empresa turística u Organización es?

- a) Agencia de Viaje () d) Hostería () g) Museo ()
 b) Operadora Turística () e) Hotel () h) Centro Cultural ()
 c) Restaurante () f) Complejo Turístico ()

2. ¿Qué tipo de actividad Turística oferta su Empresa?

- a) Hospedaje () c) Agencia de Viajes y Turismo ()
 b) Guía de Turismo () d) Alimentación ()
 Otros.....

3. (Subraye una "x" a la derecha de la opción que más se asemeja a la situación actual de su empresa) En su opinión, ¿cómo considera la situación actual de su empresa?

ALTERNATIVAS	X
Muy buena: Estamos creciendo y en la empresa tenemos planes de expansión a corto plazo (1 año).	
Buena: Crecemos a un ritmo lento, pero nos mantenemos optimistas, esperamos la mejora en el mediano plazo (2-3 años).	
Regular: El crecimiento es casi nulo; nos mantenemos expectantes pero el panorama de corto y mediano plazo es incierto.	
Mala: No hay crecimiento, sino descenso en la rentabilidad. En la empresa no sabemos muy bien qué hacer y nos mantienen vivos con nuestros clientes de hace años.	

4. ¿Qué medios usa para publicitar su Producto Turístico?

- | | | | |
|------------------------------|-----|---|-----|
| a) Televisión | () | h) E-mail | () |
| b) Material impreso | () | i) Diario | () |
| c) Radio | () | j) Base de datos internos | () |
| d) Material audiovisual | () | k) Promoción | () |
| e) Ferias | () | l) Boletín electrónico | () |
| f) Comunicación con clientes | () | m) Coordinación con otros empresarios() | |

5. ¿Qué medios de comunicación y publicidad utiliza para estar acorde a la Demanda Turística?

- | | | | | | |
|--------------------------|-----|-------------|-----|-------------|-----|
| a) Periódicos | () | c) Revistas | () | e) Internet | () |
| b) Referencias de amigos | () | d) E-mail | () | f) Ninguno | () |

Otros.....

6. ¿Qué beneficios le brinda ser afiliado a un gremio empresarial?

- | | | | |
|----------------------|-----|--|-----|
| a) Sociales | () | g) Intereses comunes | () |
| b) Productivos | () | h) Mejoramiento del Producto Turístico | () |
| c) Investigativos | () | i) Convenios de cooperación | () |
| d) Investigativos | () | j) Negocios | () |
| e) Oferta | () | k) Diversificación del mercado | () |
| f) Demanda potencial | () | l) Ferias de Promoción Turística | () |

7. ¿Usted aporta a la oferta y demanda turística del Tren de la Libertad. ?

- | | | | |
|-------|-----|-------|-----|
| a) Si | () | b) No | () |
|-------|-----|-------|-----|

8. De las siguientes alternativas ¿Cuál es la de más importancia para su Empresa?

- | | |
|---|-----|
| a) Mejorar el desempeño de los gremios relacionados (cámaras, asociaciones) | () |
| b) Investigación de mercados (nacionales e internacionales) | () |
| c) Capacitación a prestadores de servicios relacionados | () |
| d) Sensibilización turística a la población en general | () |
| e) Promoción y comercialización de Productos Turísticos | () |
| f) Puesta en valor de atractivos turísticos (desarrollo de nuevos productos turísticos) | () |
| g) Aplicación de la normatividad de calidad del Servicio Turístico. | () |
| h) Involucrar la participación de autoridades locales y comunidades. | () |

9. ¿Le interesaría aportar con una actividad de su Empresa Turística a la Ruta El tren de la Libertad? fortalecer las capacidades de gestión empresarial turística en la Ruta (organización, administración, articulación) con respecto a su Empresa?

- a) Si () b) No ()

10. (Si respondió Sí) ¿Con cuales se identifica más usted?

- | | | | |
|---|-----|-------------------------|-----|
| a) Gestión de servicios | () | g) Juegos tradicionales | () |
| b) Técnicas de mercados turísticos | () | h) Gastronomía típica | () |
| c) Manejo de herramientas en Internet | () | i) Guianza Turística | () |
| d) Oralidad ancestral | () | j) Pesca deportiva | () |
| e) Venta de artesanías | () | k) Idioma | () |
| f) Historias de la construcción de las rieles | () | l) Cosmovisión andina | () |
| m) Hospedaje y alimentación | () | | |

11. ¿Qué compromisos Ud. podría asumir como empresario para mejorar la oferta turística en la Ruta?

- a) Aporta en las prácticas a estudiantes de turismo ()
- b) Auspiciar programas de turismo en las Comunidades ()
- c) Mejorar la calidad de publicidad para la región ()
- d) Invertir en iniciativas para mejorar la calidad profesional (congresos, capacitaciones) ()
- e) Levantamiento de información de mercados turísticos ()
- f) Participar en la planificación de estrategias locales y seccionales ()
- g) Promover las iniciativas de Turismo Rural Comunitario ()
- h) Formular proyectos para presentar a la cooperación internacional ()
- i) Becas para estudiantes ()
- j) Fuentes de trabajo temporal para estudiantes ()
- k) Incorporar a la tercera edad en Actividades Turísticas ()
- l) Incluir a las personas con capacidades especiales en Actividades turísticas ()
- m) Establecer redes ecológicas y turísticas nacionales e Internacionales ()

12. ¿Esta Ud. Satisfecho con la demanda que tiene “El Tren de la Libertad”?

- a) Si () b) No ()

¿Por qué?.....

3. Oficio para capacitación

Ibarra, 15 de noviembre de 2013

ABG. RAÚL MALDONADO

Presente.

De mis consideraciones.-

Reciba un cordial y afectuoso saludo y deseando éxitos en el cargo que usted desempeña.

La presente es con el motivo de solicitar a usted nos permita realizar una **CAPACITACIÓN EN TEMAS AMBIENTALES** para contribuir al desarrollo educativo de los habitantes de la Parroquia Santa Catalina de Salinas y la cual será de vital importancia para cumplir con nuestras aspiraciones estudiantiles.

Por la atención que se digna prestar a la misma le anticipamos nuestros agradecimientos.

Atentamente.


Carlos Guzmán Angulo
EGRESADO U.T.N.


Erika Herrera Cruz
EGRESADA U.T.N.

Recibido
16/11/2013

4. Fotografías



Fotografía 19: Socialización a los jóvenes de la Parroquia de Salinas



Fotografía 20: Intervención de los jóvenes de salinas



Fotografía 21: Conversación con los integrantes de la Asociación de jóvenes.



Fotografía 22: Explicación del proyecto por Andrés Guzmán A.



Fotografía 23: Socialización a las mujeres de la comunidad de Salinas



Fotografía 24: Intervención de Erika Herrera C.



Fotografía 25: Lcda. Sindi Tapia, representante del GAD Parroquial



Fotografía 26: Visita a la zona de estudio

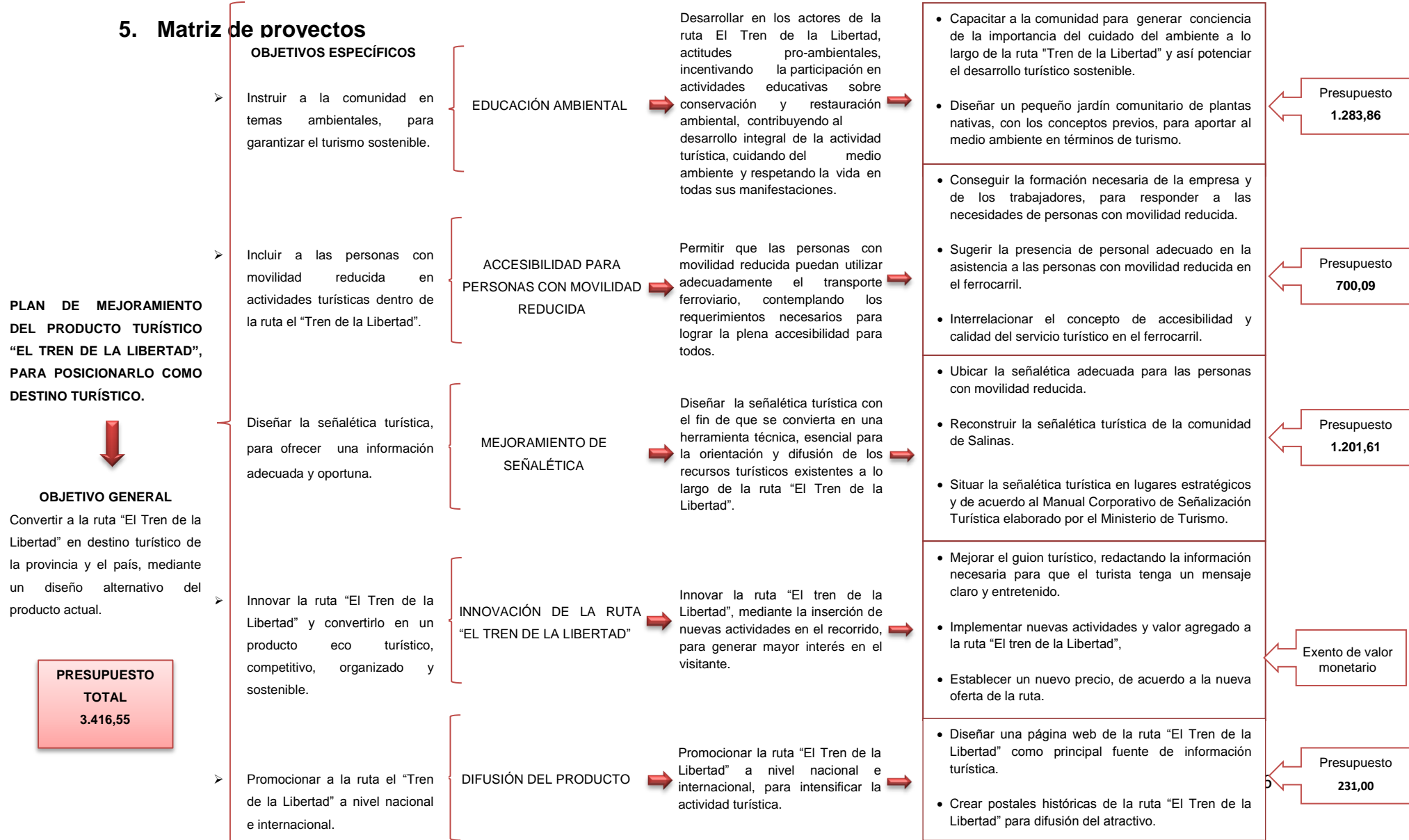


Fotografía 27: Reconociendo la ruta



Fotografía 28: Participando de las actividades de la ruta

5. Matriz de proyectos





UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACION, CIENCIA Y TECNOLOGIA
CARRERA DE INGENIERIA EN GESTION Y DESARROLLO SOCIAL

Ibarra, 04 de Abril de 2014

CERTIFICADO

Yo, AMPARO DEL ROCÍO POSSO SALGADO, con cédula N° 100151395-9, en calidad de Tutora del Trabajo de Grado: "ESTUDIO DE LA SITUACIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LA RUTA FERROVIARIA "EL TREN DE LA LIBERTAD", DE LOS CANTONES IBARRA Y URCUQUÍ"; realizado por los señores Ingenieros: Guzmán Angulo Carlos Andrés; Herrera Cruz Erika Alexandra. **CERTIFICO:** que ha sido socializado en Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública (FEEP), con la presencia de la Ing. Ana Villarreal, Gerente Regional Norte y un delegado de cada departamento, con un total de 12 funcionarios, el día jueves 27 de marzo del 2014, a las 16h30, en las oficinas de la empresa.

Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad

Atentamente,
CIENCIA Y TECNICA AL SERVICIO DEL PUEBLO


Econ. Amparito Posso
DOCENTE - TUTORA





**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1718830217		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Herrera Cruz Erika Alexandra		
DIRECCIÓN:	Av. Monseñor Leonidas Proaño (Barrio El Bosque)		
EMAIL:	halex_22@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062601171	CELULAR	0984410147

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"ESTUDIO DE LA SITUACIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LA RUTA FERROVIARIA "EL TREN DE LA LIBERTAD", DE LOS CANTONES IBARRA Y URCUQUÍ."
AUTOR (ES):	Herrera Cruz Erika Alexandra
FECHA: AAAAMMDD	2014/02/27
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	ECON. AMPARITO POSSO

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, HERRERA CRUZ ERIKA ALEXANDRA, con cédula de identidad Nro. 1718830217, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) 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 es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 04 días del mes abril del 2014

EL AUTOR:

ACEPTACIÓN:

(Firma)

Nombre: HERRERA CRUZ ERIKA ALEXANDRA
C.C.: 1718830217

(Firma)

Nombre: Ing. Betty Chávez
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, HERRERA CRUZ ERIKA ALEXANDRA, con cédula de identidad Nro. 1718830217 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado titulado: **“ESTUDIO DE LA SITUACIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LA RUTA FERROVIARIA “EL TREN DE LA LIBERTAD”, DE LOS CANTONES IBARRA Y URCUQUÍ.”** Ha sido desarrollado para optar por el Título de Ingeniera en Turismo, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma)

Nombre: HERRERA CRUZ ERIKA ALEXANDRA

Cédula: 1718830217

Ibarra, a los 04 días del mes de abril del 2014



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

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

4. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	0401647169		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Guzmán Angulo Carlos Andrés		
DIRECCIÓN:	Av. Monseñor Leonidas Proaño (Barrio El Bosque)		
EMAIL:	Carlanguz_turismo_hb@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062601171	CELULAR	0995747796

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"ESTUDIO DE LA SITUACIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LA RUTA FERROVIARIA "EL TREN DE LA LIBERTAD", DE LOS CANTONES IBARRA Y URCUQUÍ."
AUTOR (ES):	Guzmán Angulo Carlos Andrés
FECHA: AAAAMMDD	2014/02/27
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Título de Ingeniería en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	ECON. AMPARITO POSSO

5. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, GUZMÁN ANGULO CARLOS ANDRÉS con cédula de identidad Nro. 0401647169, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

6. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) 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 es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 04 días del mes abril del 2014

EL AUTOR:

ACEPTACIÓN:

(Firma) 
Nombre: Guzmán Angulo Carlos Andrés
C.C.: 0401647169

(Firma)
Nombre: Ing. Betty Chávez
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Guzmán Angulo Carlos Andrés, con cédula de identidad Nro. 0401647169 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado titulado: **“ESTUDIO DE LA SITUACIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LA RUTA FERROVIARIA “EL TREN DE LA LIBERTAD”, DE LOS CANTONES IBARRA Y URCUQUÍ.”** Ha sido desarrollado para optar por el Título de Ingeniero en Turismo, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma)
Nombre: Guzmán Angulo Carlos Andrés
Cédula: 0401647169
Ibarra, a los 04 días del mes de abril del 2014