

Impacto económico generado en los emprendedores de servicios de la ruta turística “Tren del Hielo 2”, Ecuador

Economic impact on service companies of the “Tren del Hielo 2” tourist route, Ecuador

Jenny Alexandra Sandoval Duque¹

Resumen: Durante muchos años el tren ha constituido la principal vía de comunicación en Ecuador. El tren abrió un espacio a la comercialización de productos, dinamizó las economías y el intercambio cultural de las regiones, y creó vida a su alrededor formando un conjunto de experiencias tanto en quienes lo abordaban como en quienes lo veían pasar. Sin embargo, con 30 años de abandono ese progreso lentamente desapareció. El objetivo principal de esta investigación fue estudiar la ruta turística “Tren del Hielo 2” localizada en el centro del Ecuador. La metodología incluyó la aplicación de un cuestionario a los turistas que recorren la ruta turística. Los resultados muestran el impacto que ha generado este proyecto turístico en el ámbito económico después de su implementación. Se destacan los mayores ingresos económicos obtenidos en las ciudades y el éxito de los emprendimientos de servicios. Además, los resultados permiten destacar la visión de cuál ha sido el beneficio al formar parte del proyecto turístico Tren Ecuador.

Palabras clave: Ruta turística “Tren del Hielo 2”, ingresos económicos, emprendimientos de servicios.

Abstract: For many years the train has been the main communication channel in Ecuador. The train opened up a space for product marketing, it invigorated the economies and cultural exchange of the regions, and brought life to its surroundings, forming a set of experiences for both those who approached it and those who watched it go by. However, with 30 years of neglect, that progress slowly disappeared. The main objective of this investigation was to study the “Tren del Hielo 2” tourist route located in the center of Ecuador. The methodology included the application of a questionnaire to the tourists taking the route. The results show the impact that this tourist project has had on the economic domain since its implementation. The increased revenues obtained in the cities and the success of the service companies are worthy of note. In addition, the results emphasize the view of what the benefit has been by being part of the Tren Ecuador tourist project.

Keywords: “Tren del Hielo 2” tourist route, economic income, service companies.

(Presentado: 21 de enero de 2017. Aceptado: 10 de marzo de 2017)

¹ Maestrante de la Universidad Técnica de Ambato Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.
 E-mail: jsanduque@gmail.com

INTRODUCCIÓN

El despunte de nuestro país en el ámbito turístico ha quedado evidenciado con el mega proyecto “Tren Ecuador”, que en estos años ha logrado revivir un sueño olvidado, unir a las regiones, vincular a las comunidades y dar ese sentimiento de pertenencia al ecuatoriano de su riqueza natural, cultural y patrimonial en el que es tan rico y próspero. Creado para transportar ciudadanos, alimentos, animales y demás enseres, hoy su rehabilitación tiene como objetivo construir desde el servicio turístico un producto de calidad que coadyuva a las poblaciones cercanas a ofertar servicios turísticos y así obtener ingresos económicos vinculados a su actividad diaria; la rehabilitación del Tren ha traído vida a las ciudades fantasmas, olvidadas, abandonadas que antes solo dependían de este medio para su subsistencia; pero, ¿qué importancia ha tenido su rehabilitación, ¿qué beneficios deja esta construcción en la comunidad y más en sus actores directos, población, emprendimientos y turistas? .

Este proyecto quiere dar a conocer esta realidad que dará una visión de satisfacción a la comunidad que participa en los recorridos turísticos que se llevan a cabo en el corredor férreo del país, y también el empuje necesario a la empresa “Tren Ecuador” en repotenciar ese rescate que se da a los emprendedores al brindarles una oportunidad de surgir como fue el propósito de su mentalizador General Eloy Alfaro allá por el siglo XIX en la “Revolución Liberal”.

Fue en este siglo que supuso un gran avance en la historia del turismo por razones como el invento del ferrocarril, la máquina a vapor aplicada al barco y al tren, revolucionaron completamente el mundo de los viajes (Perez de la Heras, 2004). El primer objetivo del ferrocarril había sido transportar mercancías y en segundo lugar ofrecer transporte para los viajeros de aquel momento a unos precios más baratos (Lickorish, 1997). Cabe destacar que, si bien los ferrocarriles venían ofreciendo excursiones a sus pasajeros, fue en 1841 cuando Thomas Cook genera el primer viaje organizado en Europa.

El enfoque de este proyecto va dirigido hacia el disfrute de los atractivos naturales, culturales, históricos del país para los turistas nacionales o extranjeros, y es el consumo de estos turistas, el principal sustento de los emprendedores vinculados a la ruta turística, esto implica directamente que la afluencia de los visitantes es el pilar fundamental

para que los negocios tengan un adecuado desempeño, caso contrario la falta de turistas podría desencadenar un déficit en la economía (Hernandez Giron & Yescas Leon, 2007). De la misma manera se deben puntualizar las necesidades de los turistas, ya que el incorrecto funcionamiento de los negocios, tanto en la atención a los clientes como en la mala manipulación y presentación de los productos es fundamental, porque al tener falencias en estas áreas, los visitantes pueden hacer omisiones directas sobre la elección de sus posibles preferencias de consumo (Albuja, 2016).

Debido a esto quisimos conocer, ¿cuál es el impacto de la ruta turística tren del hielo 2 en la rentabilidad económica de los emprendimientos locales? Por ello se pretende identificar el impacto económico que tienen los comerciantes, misma que será de gran utilidad para definir las posibles soluciones a los conflictos financieros que tienen los negocios de la ruta, teniendo en cuenta la situación monetaria, social y cultural de los visitantes que acuden a los diferentes destinos, buscando el principal objetivo para solucionar las falencias por las que no se promueve una mejor acogida hacia estos sitios turísticos. Por otro lado, se pretende garantizar la satisfacción de los clientes que tienen acceso a los diferentes negocios, en precios justos, gama de productos variado, artículos novedosos y creativos, mismos que deben contar con estándares básicos con los que se promueva un adecuado control de calidad en cada una de las actividades económicas, como uno de los pilares fundamentales para que los consumidores promuevan un adecuado flujo en el intercambio comercial.

Mediante el adecuado manejo de estándares de calidad y el descubrimiento y la creación de nuevos atractivos, serán importantes para alcanzar un flujo adecuado de turistas con el que los principales beneficiarios serían los emprendedores (Garin Conteras, 2013). Esta investigación quiere resaltar la influencia que tiene hoy el turismo en las comunidades, sus emprendedores y personas que han sido vinculadas al recorrido turístico “Tren del hielo 2.” La rehabilitación se ha constituido en proyecto emblemático que convoca a la participación articulada de los Ministerios de Transporte y Obras Públicas, Turismo, Ambiente, Cultura, Inclusión Económica y Social, Empresa de Ferrocarriles, gobiernos y comunidades locales, Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, Banco Central del Ecuador y la Coor-

peración Internacional, bajo la concertación del Ministerio Coordinador de Patrimonio Natural y Cultural (Patrimonio, Rehabilitación del ferrocarril ecuatoriano, 2010).

Uno de los términos que identifican al ferrocarril en esta época es su conceptualización como bien patrimonial; el patrimonio es la síntesis simbólica de los valores identitarios de una sociedad que los reconoce como propios. Ello implica un proceso de reconocimiento, generalmente intergeneracional, de unos elementos (desde el territorio a la ruina) como parte del bagaje cultural y su vinculación a un sentimiento de grupo (Iniesta, 1991). La rehabilitación contempló realizar trabajos en la vía original construida hace más de cien años, optimizando el trazado inicial y reutilizando materiales y elementos ferroviarios existentes en la vía (Consejo Nacional de Cultura, DEL PINO MARTINEZ Ines, 2013).

Basándose en estos conceptos el Tren cumple su papel de patrimonio histórico y este fenómeno de revivir a un tren desolado, motivó a organizaciones gubernamentales y privadas a trabajar por un proyecto turístico que hoy es el mejor del país. Es aquí donde se contempla plantear rutas turísticas vinculando a las comunidades adyacentes a la línea férrea en preparación de servicios turísticos, tanto en cafeterías, plazas comunitarias y venta de artesanías (Ferrocarriles del Ecuador, 2012). Las artesanías constituyen una parte esencial de la experiencia que disfrutaban los turistas, muchos viajeros encuentran la gratificación de hacer turismo en el contacto directo con las costumbres, manifestaciones y la singularidad del lugar visitado. Sus recuerdos se perpetúan y concretizan mediante la adquisición de artesanías, es un tipo de compra que refleja cada vez más valores sociales y una búsqueda de calidad, además aporta al gasto promedio por visitante (Albuja, 2016).

Rutas turísticas

Varios autores concuerdan que el turismo es una de las modalidades con más rápido crecimiento en la economía de los países latinos (Luis, 2001, pág. 155). 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 de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos (Pedro & Laila, 2009). El sistema turístico es un conjunto de elementos ínter relacionados entre sí y que evolucionan dinámicamente. Para estudiar el sistema turístico deben considerarse tanto las motivaciones iniciales

de raíz psicológica, como la organización de la actividad, de naturaleza principalmente económica. La inserción del capital privado, la comunidad local como instrumento y fin del desarrollo y los recursos naturales en conjunción en el territorio se combinan formando la materia prima de la actividad turística (Garin Conteras, 2013). Al contar con estos componentes obtenemos un producto que posibilita la actividad turística, pues los viajeros no se conforman con un destino específico; el conjunto de experiencias y el entorno adecuado son la estrategia integral que permite ofrecer un producto turístico de calidad (Julián Pérez Porto, 2013). Por ello, la Empresa Ferrocarriles del Ecuador al ser reconstruida, tomó la decisión de no hacerlo únicamente como transporte, sino como una empresa turística, destinando su esquema a movilizaciones cortas por toda la línea férrea recuperada con el proyecto de Rehabilitación.

El desarrollo de nuevos destinos turísticos y su inserción en un mercado en cierta medida saturado, con multitud de ofertas en las que siguen representando un papel esencial las economías de escala, implica necesariamente apostar por productos turísticos imaginativos, con capacidad de diferenciación y con posibilidades de hacerse un hueco perdurable en el imaginario de los consumidores (Moreno de Souza & Farla, 2015). Esta apuesta por la innovación y la diferenciación sólo puede conseguirse partiendo de un conocimiento lo más preciso posible del ámbito en el que se van a insertar esos productos, con el fin de concluir en un conjunto de ideas clave que permitan estructurar el proceso de creación de producto desde un punto de vista estratégico (Timón, 2005).

Emprendedores del Tren

En el sistema estructural de la empresa existe la Jefatura de Desarrollo Local, y desde esta dependencia se implementan las estrategias para dinamizar las economías de las poblaciones por donde pasa el Tren. Hasta mediados del 2013 se generaron cerca de 17 mil empleos, 3.235 de manera estable, 9.075 eran parte de la cadena de valor y otros 4.000 fueron temporales durante la ejecución de rehabilitación en el corredor turístico ferroviario (FERROCARRILES DEL ECUADOR Empresa Publica y MINISTERIO DE TURISMO, 2014). El 60% de las personas involucradas en los emprendimientos o negocios generados por el retorno del tren son mujeres; en general, jefas de hogar dedicadas anteriormente a la agricultura o actividades domésticas, y ahora al tener otro ingreso logran una mejor calidad de vida gracias a lo que

producen y a la actividad cultural que generan (Prado, 2013). Estas motivaciones emprendedoras generalmente han sido categorizadas en factores de pull and push. Es decir, dichas motivaciones se conformarían por un conjunto de variables personales y situacionales de cuya interacción el emprendedor tomaría la decisión de crear una empresa. Entre los factores personales estarían el nivel formativo, edad, estado civil y redes de apoyo (Gutiérrez Puebla, 2004); así como determinadas características psicosociales, tales como la necesidad de logro, recuperar autoestima, posesionarse ante la sociedad como ente de perseverancia y lucha, la propensión al riesgo y el lugar de control (Quiroz, 2006).

El turismo para las zonas rurales se ha venido considerando como una alternativa de desarrollo desde hace poco tiempo, y por ello es importante que las iniciativas adelantadas sean estudiadas para que se identifiquen los diferentes aspectos de éxito y fracaso para la posterior puesta en marcha de nuevos proyectos (Aguirre, 2007). De este modo, la actividad emprendedora es importante para el crecimiento económico funcionando como canal de transmisión del conocimiento (David. B, 2009); para este caso nuestros proyectos vinculados a esta generación económica que tiene a los viajes del tren como eje promotor de su economía, muchas veces cambiando la agricultura para dedicarse a la gastronomía y servicios turísticos entorno a los pasajeros del tren (Figura 1).

FIGURA 1. Indicadores en la perspectiva Desarrollo Local. Plan Estratégico FEEP, Quito, 2011.

Generación y mejoramiento del empleo	
Objetivo	Indicadores
Fomentar la generación y mejoramiento de empleo para dinamizar la economía local.	<p>Nombre: Emprendimientos directos fortalecidos. Explicación del indicador: Medir el número de emprendimientos directos fortalecidos sostenibles. Meta: 108</p>
	<p>Nombre: Emprendimientos directos generados Explicación del indicador: Medir el crecimiento de la generación de emprendimientos. Meta: 31</p>
	<p>Nombre: Empleos directos Explicación del indicador: Medir el avance en la generación de empleos directos. Meta: 781</p>
	<p>Nombre: Empleos indirectos Explicación del indicador: Medir el número de empleos indirectos. Meta: 1942</p>

MATERIALES Y MÉTODOS

Se podría definir el estudio de caso como una investigación que mediante los procesos cuantitativo, cualitativo o mixto; se analiza profundamente una unidad para responder al planteamiento del problema, probar hipótesis y desarrollar teoría. También se define como una investigación sobre un individuo, grupo, organización, comunidad o sociedad, que es visto y analizado como una entidad. Otros la consideran un método para aprender de una instancia compleja, que se entiende como un todo, teniendo en cuenta su contexto (Martínez Rodríguez, 2011). Aquí el investigador buscará participar de la vida del grupo humano al cual investiga en forma creativa e inteligente. En la medida en que participe de la interacción de los actores podrá garantizar un estudio más objetivo de las acciones, transacciones del grupo humano, pues su observación no sólo estará fincada en el dato empírico del fenómeno sino que irá más allá del fenómeno en sí (Malhotra, 2004).

Siendo entonces una modalidad de investigación en campo, se necesitó acudir a los escenarios reales donde se desarrollan las actividades turísticas directamente relacionadas con los emprendimientos de la ruta Tren del Hielo 2, viajando en tren y recabando información de los turistas que visitaron y conocieron los emprendimientos y dialogando con los emprendedores que brindan el servicio, producto y oferta turística de la ruta férrea.

La técnica utilizada es la encuesta directa, a través de este método se obtiene información de los grupos que se estudian. Ellos mismos proporcionan la información sobre sus actitudes, opiniones, sugerencias, etc. Existen dos maneras de obtener información con este método: la entrevista y el cuestionario (Martínez Rodríguez, 2011), siendo mi población de estudio los turistas de la ruta turística Tren del Hielo 2 correspondientes a los viajes del último feriado de Navidad y fin de año 2016. Estructurando la encuesta con 5 preguntas cerradas y 6 abiertas persiguiendo cada una los objetivos de la investigación siendo algunas de ellas mostradas en la Tabla 1.

TABLA 1. Descripción de instrumento de investigación (encuesta).

Preguntas de encuesta	Objetivo
¿Cuánto dinero destinó usted para este viaje?	Percibir cantidad de dinero en los viajes
¿En qué destino gastó más dinero?	Ciudad que recibe más dinero
¿Cuál es el producto que más destacó?	Producto estrella
¿Consideraría que los emprendimientos de este recorrido son sustentables económicamente gracias a su aporte?	Generar conciencia en los turistas sobre el apoyo a emprendedores

Fuente: Investigadora, diciembre 2016.

Para realizar la encuesta se seleccionó a los pasajeros mayores de 18 años. Se les explicó detenidamente el objetivo de la encuesta y cómo llenarla, se entregaron las encuestas a las personas que se percibió tenían la capacidad de comprar y adquirir los productos en la ruta turística. Se aplicó al finalizar el viaje en el tren al retorno a la ciudad de origen, ya que en este momento podían dar una respuesta completa a la encuesta después de haber conocido todos los servicios y productos ofertados, siendo 20 las encuestas tomadas para este estudio.

Para procesar la información se utilizó el programa SPSS v.21 definiendo las variables con sus respectivos rangos,

e ingresando la información recolectada, luego de lo cual se hizo frecuencias simples de las variables objeto del estudio, proyectándonos gráficos y tablas de fácil interpretación, representando en este artículo las más relevantes de la investigación.

RESULTADOS

Después de la investigación realizada, determinamos que en respuesta a la primera pregunta de investigación de la encuesta, el promedio de gasto de los pasajeros que viajaron es la ruta turística es de US\$ 100 en un familia de cuatro integrantes aproximadamente.

TABLA 2. ¿Cuánto dinero destinó Ud. para este viaje?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	30,00	1	5,0	5,0	5,0
	35,00	1	5,0	5,0	10,0
	50,00	2	10,0	10,0	20,0
	60,00	2	10,0	10,0	30,0
	70,00	2	10,0	10,0	40,0
	80,00	1	5,0	5,0	45,0
	100,00	4	20,0	20,0	65,0
	150,00	2	10,0	10,0	75,0
	200,00	3	15,0	15,0	90,0
	230,00	1	5,0	5,0	95,0
	250,00	1	5,0	5,0	100,0
	Total		20	100,0	100,0

Fuente: Investigadora, diciembre 2016.

La siguiente pregunta de relevancia tenemos:

TABLA 3. ¿En qué destino gastó más dinero?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ambato	1	5,0	5,0	5,0
	Urbina	1	5,0	5,0	10,0
	Mocha	1	5,0	5,0	15,0
	Cevallos	17	85,0	85,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Investigadora, diciembre 2016.

Para conocer cuál de los productos más atractivos o de mayor relevancia tenemos:

TABLA 4. ¿Cuál es el producto que más se destacó?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mermelada	9	45,0	45,0	45,0
	Zapatos	7	35,0	35,0	80,0
	Helados de paila	3	15,0	15,0	95,0
	Otros	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Investigadora, diciembre 2016.

Donde genera conciencia en los turistas sobre el apoyo a emprendedores dio este resultado:

TABLA 5. ¿Considera que los emprendimientos de este recorrido son sustentables económicamente gracias a su aporte?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	16	80,0	80,0	80,0
	No	4	20,0	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Investigadora, diciembre 2016.

DISCUSIÓN

La ruta turística Tren del Hielo 2 tiene cuatro ciudades que son atravesadas y en base a esta investigación determinamos algunos aspectos importantes en cuanto a su captación económica en los emprendedores que ofertan sus productos y servicios turísticos a los visitantes. Al adquirir el boleto que le permitirá hacer un viaje turístico en el corredor férreo, se incrementa en los turistas la expectativa de conocer nuevos atractivos, disfrutar servicios de calidad y adquirir productos novedosos. El promedio de dinero que una familia con cuatro miembros prevé para un viaje turístico 100 dólares aproximadamente, el horario de partida permite que los turistas tomen el desayuno en sus domicilios y ya que este recorrido tiene incluido un refrigerio en una de las estaciones de parada, los gastos que puede realizar son específicamente en souvenirs, artesanías, platos fuertes o accesorios. El viaje tiene 43 km de recorrido por las provincias de Tungurahua y Chimborazo, el tiempo de recorrido entre ellas es de 1 hora aproximadamente y las ciudades que recorre esta ruta son Ambato como punto de partida, Mocha como parada corta, Urbina destino que se visita por 1h30 minutos y la ciudad de Cevallos, donde la permanencia es de 4 horas, razón por la que los turistas gastan más dinero en este sitio, existen más emprendimientos y más productos que ellos pueden adquirir. Entre los productos que se oferta en la ruta turística tenemos calzado, caramelo artesanal, artesanías, tejidos, frutos cultivados de la zona agrícola cercana, de estos se pueden transformar en subproductos, y es lo que sucede con el emprendimiento Dulcifresa, que da un valor agregado a su producto elaborando mermeladas, compotas o postres que son el principal atractivo de la ruta y también el emprendimiento que más ventas realiza. Al viajar en las rutas turísticas de Tren Ecuador se realiza una campaña de promoción para los emprendedores y sus productos, recalcando que la compra de productos que los turistas realicen contribuye a mejorar la calidad de vida de los habitantes de las zonas, pues ese es uno de los objetivos de la rehabilitación del Tren. Se hace hincapié en lo relevante del trabajo artesanal y cómo dinamiza las economías locales el turismo en las poblaciones que visitamos, por ello al crear esta conciencia en los turistas, existe una fuerte inclinación en dar realce al trabajo de quienes sustentan su economía gracias al aporte de los turistas.

CONCLUSIONES

Con esta investigación pudimos obtener información valiosa acerca del comportamiento de la economía en la ruta turística Tren del Hielo 2, pues conocemos cuáles son los atractivos que más agradan al turista, actividades y atractivos que pueden ser implementados y las carencias de servicios o productos que deben ser cambiados para refrescar a la ruta. Durante cuatro años de implementación del recorrido turístico, los emprendedores no han realizado cambios o innovaciones en esta propuesta turística, lo que ha debilitado el incremento económico en sus emprendimientos; con la encuesta aplicada podemos concluir que la visita de los turistas a las ciudades del recorrido turístico impacta directamente en la economía del Cantón Cevallos, ampliación evidente en su estructura comercial. Se han incrementado locales comerciales y existe un cambio en la estructura social del Cantón, pues es notorio en comparación al recuerdo de una población dedicada netamente al calzado y a la producción frutal de la provincia, hoy es un referente en cuanto al desarrollo turístico y tiene gran captación de turistas por la implementación de la ruta Tren del Hielo 2.

Además con la apreciación de los turistas se pudo conocer sobre atractivos que son necesarios, como visitar y recorrer huertos frutales, caminatas cercanas al nevado Chimborazo o un grupo de danza folclórica, sugerencias válidas y posibles que realce la experiencia turística, con un adecuado direccionamiento del tiempo, podrían ser éstas otra alternativa para dinamizar las economías locales.

Reiteramos que esta ruta tiene impacto económico en los emprendedores pues con el turismo el beneficio no está vinculado únicamente a los actores directos; por el contrario se puede relacionar a este fenómeno económico como un fenómeno natural, cuando llueve moja a todos; en este caso el turismo se dispersa y brinda una oportunidad global de crecimiento de las economías, mejorando la calidad de vida y produciendo satisfacción en quienes participan en el mejor potencial de nuestro país, el turismo.

REFERENCIAS

- Aguirre, J. (2007).** Deseables y posibles: participación comunitaria, patrimonio histórico y cultura, calidad ambiental y desarrollo turístico sostenible. Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio cultural, San Jerónimo de Moravia, COSTA RICA, 1-16.
- Albuja, G. (3 de Octubre de 2016).** Operaciones Turísticas. (J. Sandoval, Entrevistador)
- Consejo Nacional de Cultura, DEL PINO MARTINEZ Ines. (2013).** ARQUITECTURA FERROVIARIA EN LOS ANDES DEL ECUADOR. QUITO.
- David, B. A. (2009).** Capital emprendedor y crecimiento económico. Journal of Regional Reserch, 15.
- Ferrocarriles del Ecuador. (2012).** Plan estratégico FEEP. Guardavia 3, 8.
- Ferrocarriles del Ecuador. (2014).** Ecuador ama la vida. Obtenido de Ecuador ama la vida: <http://trenecuador.com.ferrocarrilesdeecuador/tren-crucero2014>
- FERROCARRILES DEL ECUADOR Empresa Publica y MINISTERIO DE TURISMO. (2014).** Construcción y Rehabilitación del Tren de Alfaro. En F. D. Publica, Construcción y Rehabilitación del Tren de Alfaro (pág. 77). Quito- Ecuador: El Telegrafo.
- Garin Conteras, A. (2013).** Turismo Rural, Institucionalidad y emprendedores rurales. Argentina : Centro de Investigaciones y estudio turísticos .
- Gutiérrez Puebla, J. (2004).** El tren de alta velocidad y sus efectos especiales. Investigaciones Regionales, Asociación española de Ciencia Regional, MADRID, 199-121.
- Hernandez Giron, J. d., & Yescas Leon, M. (2007).** Factores de éxito en los negocios de artesanías en México. Estudio Gerenciales Scielo, 26.
- Iniesta, G. I. (1991).** Los tratamientos patrimoniales del paisaje. Leer, escribir y mostrar el entorno (pág. 122). Querétaro , México UNIVERSIDAD AUTONOMA DE QUERÉTARO: Lamas Editorial.
- Julián Pérez Porto, M. M. (08 de 2013).** Definición.de. México, Guadalajara, México.
- Lickorish, L. y. (1997).** Una introducción al turismo. En L. y. Lickorish, Una introducción al turismo (págs. 60-69). Madrid: Síntesis.
- Luis, H. G. (2001).** Tourism the new age. California, EEUU: Trip and bussines publications.
- Malhotra, N. K. (2004).** Introducción y primeras fases de la investigación de mercados. México: Cámara Nacional de la industria Editorial Mexicana.
- Martinez Rodriguez, J. (2011).** Métodos de investigación cualitativa. Silogismos de investigación , 40.
- Moreno de Souza, J., & Farla, S. &. (2015).** Desarrollo sustentable. Un índice para el circuito turístico Trilha dos inconfidentes. Estudios y perspectivas en Turismo.
- Patrimonio, Rehabilitación del ferrocarril ecuatoriano. (2010).** Cultura y Patrimonio, 19-21.
- Pedro, N. F., & Laila, V. (2009).** El producto turístico barilocheño antes de Bustillos. Estudios y Perspectiva en Turismo , Buenos aires . Argentina.
- Perez de la Heras, M. (2004).** Manual de Turismo sustentable. En P. d. Manuel. Madrid: Mundi-Prensa.
- Prado, M. (2013).** Emprendimientos productivos y culturales alrededor del Tren liderados por mujeres. El rol de la mujer en la vida ferroviaria del Ecuador, 75-84.
- Quiroz, A. (2006).** El tren como espacio semiótico desde una mirada cultural de frontera. Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales- Universidad Nacional de Jujuy Argentina, 15-31.
- Timón, R. Á. (2005).** Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: Marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. Cuadernos de Turismo, 27-43.