

UNIVERSIDAD INDOAMÉRICA

FACULTAD DE INGENIERÍA EN SISTEMAS

ESCUELA DE DISEÑO DIGITAL Y MULTIMEDIA

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN DISEÑO DIGITAL Y MULTIMEDIA.**



TEMA:

“La comunicación audio visual como estrategia de promoción turística de la empresa “ Tren Ecuador ” en la ciudad de Ambato”.

AUTOR:

Kevin William Ortiz Chimborazo

TUTOR:

Lic. José Oleas

Ambato – Ecuador

Agosto 2016

**APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O
TITULACIÓN**

CERTIFICA:

Yo, Lic. José Oleas CI. 0602955049 en mi calidad de Tutor del Trabajo de graduación o titulación sobre el Tema **“LA COMUNICACIÓN AUDIO VISUAL COMO ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA EMPRESA PÚBLICA “TREN ECUADOR” EN LA CIUDAD DE AMBATO”** desarrollado por el egresado, KEVIN WILLIAM ORTIZ CHIMBORAZO, considero que dicho informe Investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión de Estudio y Calificación designada por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Ingeniería en Sistemas Escuela de Diseño Digital y Multimedia.

Ambato, 11 de Agosto del 2016.

.....
Lic. José Oleas

CI: 0602955049

Tutor

AUTORIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Dejo constancia de que el presente informe es el resultado de la investigación del autor, quien en la experiencia profesional, en los estudios realizados durante la carrera, revisión bibliográfica y de campo, ha llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la Investigación.

Las ideas, opiniones y comentarios especializados en este informe, son de exclusiva responsabilidad de su autor.

.....
KEVIN WILLIAM ORTIZ CHIMBORAZO

CI: 1803526183

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Kevin William Ortiz Chimborazo declaro ser autor del Proyecto de Tesis, titulado **“LA COMUNICACIÓN AUDIO VISUAL COMO ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA EMPRESA “TREN ECUADOR” EN LA CIUDAD DE AMBATO”** como requisito para optar al grado de “Ingeniero en Diseño Digital y Multimedia”, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato, mes de Agosto de 2016, firmo conforme:

Autor: Kevin William Ortiz Chimborazo

Firma:

Número de Cédula:1803526183

Dirección: Miñarica 2

Correo Electrónico: tacha-4-william@hotmail.com

Teléfono: 032415206 - 0983911862

DEDICATORIA

Dedico este tema de tesis a mis padres y hermanos.

Mis padres por cuidarme y darme fortaleza para continuar, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositándome su entera confianza en cada reto que se presentaba sin dudar en mi inteligencia y capacidad. Es por ello que soy la persona que soy ahora, con el apoyo de mis hermanos que siempre me han ayudado en todo y motivándome día a día siendo un ejemplo a seguir. Los amo por ser mi familia son mi vida.

KEVIN WILLIAM ORTIZ CHIMBORAZO.

AGRADECIMIENTO.

Mi eterno agradecimiento primero a mis padres por darme todo el cariño y la ayuda que han estado a su alcance, fortaleza para vencer todos los obstáculos que se han presentado para llegar a cumplir mis objetivos. En segundo lugar a mis hermanos por siempre darme la mano cuando más lo necesito. A mis profesores y amigos por ser guías y consejeros, orientándome de mis conocimientos adquiridos, porque gracias a sus sabias instrucciones no habría llegado hasta el final.

KEVIN WILLIAM ORTIZ CHIMBORAZO.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE INGENIERÍA EN SISTEMAS
ESCUELA DE DISEÑO DIGITAL Y MULTIMEDIA

RESUMEN EJECUTIVO

TEMA: “LA COMUNICACIÓN AUDIO VISUAL COMO ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA EMPRESA “TREN ECUADOR” EN LA CIUDAD DE AMBATO”.

AUTOR: Kevin William Ortiz Chimborazo

TUTOR: Lic. José Oleas

El contenido de la tesis está encaminada a la Producción de un video informativo; que servirá para la promoción y difusión de los servicios que presta la empresa pública Tren Ecuador en la ciudad de Ambato, así dar a conocer a la población de sus rutas y servicios que maneja la empresa, fomentando como una fuente de turismo en la ciudad.

La producción consta de: información básica del servicio, imágenes, narración, información histórica, video de las rutas que manejan las estaciones de Tungurahua, Chimborazo y Alausí.

El proyecto final consta de un Audiovisual de promoción turística de la empresa pública Tren Ecuador, a través de una producción, postproducción y edición semi-profesional una nueva e interesante forma de dar a conocer información, para alcanzar esta meta, se utilizó todas las herramientas tecnológicas a disposición en software, hardware y equipos audiovisuales.

Adobe Premier, After Effects fueron el software en los cuales se editó y se realizó la producción audiovisual en su mayoría, siendo que los programas básicamente realizan edición, efectos de videos, transiciones e introducciones, etc.

Tabla de contenido

CAPÍTULO I.....	XVI
1.1 PROBLEMA:	16
1.2 TEMA:	16
1.3 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....	16
Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) y Sociedad.	16
1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	16
Contextualización.....	16
<i>Macro:</i>	16
<i>Meso:</i>	XVIII
<i>Micro:</i>	XIX
1.5 ÁRBOL DEL PROBLEMA.	20
Tabla #1. Estadística de turistas en el 2014.	21
Gráfico I. 1: Estadística de turistas en el 2014.	21
Gráfico I. 2: Canales de venta.....	22
1.9 PREGUNTAS DIRECTRICES.	23
1.10 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.	24
1.11 DELIMITACIÓN ESPACIAL.	24
1.12 JUSTIFICACIÓN.	24
1.13 OBJETIVOS.....	26
CAPÍTULO II – TURISMO	27
1. EL TURISMO.	27
2. FORMAS DE TURISMO.....	27
Gráfico II.4: Forma de Turismo.	28
3. ÁMBITO GEOGRÁFICO.	29
4. TURISMO NACIONAL.....	29
5. TURISMO INTERNACIONAL.	30
6. TURISMO INTERREGIONAL.	31
7. TIPOS DE TURISMO.	31
8. TURISMO CULTURAL.	32
9. TURISMO DEPORTIVO.	32
10. TURISMO DE PLACER.....	32

11. TURISMO DE CONVENCIONES.	32
12. TURISMO DE NEGOCIOS.	33
13. TURISMO NATURALISTA.	33
14. ECOTURISMO.	33
15. EL TURISMO EN EL ECUADOR.	33
17. EL SECTOR ECUATORIANO.	34
18. TURISMO EN TUNGURAHUA.	35
19. RECURSOS NATURALES.	35
20. RIQUEZA CULTURAL.	36
21. AMBATO.	36
21.1 Turismo.	36
22. FERROCARRILES DEL ECUADOR EMPRESA PÚBLICA.	37
22.1 Reseña Histórica.	37
Tabla #2. Tramo Ferrocarriles del Ecuador empresa pública.	38
22.2 Declive del Ferrocarril.	38
Tabla #3. Estaciones Rehabilitada.	40
23. RUTAS.	41
Tabla #4. Tren de la libertad.	41
Tabla #5. Tren de la Libertad.	42
Tabla #6. Tren de los Volcanes.	43
Tabla #7. Tren del Hielo II.	44
Gráfico II.8: Rutas del tren, Tren del Hielo II Y Sendero de los Ancestros.	44
Tabla #8. Nariz del Diablo.	45
Gráfico II.9: Rutas del tren, Nariz del Diablo.	45
Tabla #9. Tren de la Dulzura.	46
CAPÍTULO II – AUDIOVISUAL	47
2.1 PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL.	47
2.2 ELEMENTOS DE LA IMAGEN.	48
2.3 EL LENGUAJE AUDIOVISUAL.	49
2.4 PREPRODUCCIÓN.	49
2.4.1 LISTA DE PERSONAL TÉCNICO.	50
2.4.2 MEDIOS AUDIOVISUALES.	50

2.4.3 ESCALETA.....	52
2.5 PREPRODUCCIÓN DE AUDIO.....	52
2.5.1 EQUIPOS BÁSICOS AUDIOVISUAL.....	52
Gráfico II.11: Filmadora.....	52
Gráfico II.12: Trípode.....	53
Gráfico II.13: Iluminación.....	53
Gráfico II.14: Micrófonos.....	54
Gráfico II.15: Dolly.....	54
Gráfico II.16: Grúas.....	55
Gráfico II.17: Computadora.....	55
2.6 PRODUCCIÓN.....	56
2.7 GUIÓN.....	56
2.7.1 Técnico.....	56
2.7.2 Literario.....	56
2.7.3 Técnico – Literarios.....	57
2.7.4 Guion de Audio.....	57
2.7.5 STORYBOARD.....	58
2.8 SONIDO.....	58
2.8.1 Musicalización.....	58
2.8.2 Los sonidos incidentales.....	59
2.8.3 Producción de audio.....	59
2.9 LENGUAJE DE LA CÁMARA.....	59
2.9.1 MOVIMIENTO DE CÁMARA.....	60
Gráfico II.19: Movimiento de Cámara.....	60
Gráfico II.20: Movimiento de Cámara.....	60
Gráfico II.21: Movimiento de Cámara.....	61
Gráfico II.22: Movimiento de Cámara.....	61
2.9.2 ENCUADRE.....	61
2.9.3 PLANOS.....	62
Gráfico II.23: Gran plano general cine.....	62
Gráfico II.24: Plano conjunto cine.....	63
Gráfico II.25: Plano entero cine.....	63

Gráfico II.26: Plano general cine.....	64
Gráfico II. 27: Plano de detalle cine.....	64
Gráfico II.28: Primer plano.	65
Gráfico II.29: Plano americano cine.....	65
Gráfico II.30: Plano medio cine.	66
Gráfico II.31: Primerísimo primer plano.....	66
2.9.4 ÁNGULOS.....	67
Gráfico II.31: Picado.	67
Gráfico II.32: Contrapicado cine.....	67
Gráfico II.35: Angulo Normal.....	68
2.10 POSTPRODUCCIÓN.....	68
2.10.1 SOFTWARE PARA LA EDICION DE VIDEO.....	69
Gráfico II.36: Adobe Premier Pro.	69
Gráfico II.37: Cantacia Studio.....	70
Gráfico II.38: Sony vega Pro.....	70
Gráfico II.39: Final Cut Pro.....	71
2.11 COMPRESIÓN DE VIDEO.	71
2.11.1 FORMATO DE VIDEOS.....	71
Tabla #10. Formatos de video.....	71
2.12 TAMAÑOS DE VIDEO.....	72
Tabla #11. Tamaño de videos.	72
CAPÍTULO III.....	74
3. METODOLOGÍA.	74
3.1 DISEÑO DEL TRABAJO.	74
3.2 ÁREA DE ESTUDIO.....	74
Tabla #12. Área de estudio.....	74
3.3 MÉTODOS.	75
3.3.1 Método Inductivo.	75
3.3.2 Método Deductivo.	75
3.4 ENFOQUE.....	76
3.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	76
Tabla #13. Método recolección de información.	76

3.6 PROCEDIMIENTOS PARA OBTENCIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS.	77
.....	
3.8 OBJETIVO:	78
3.9 INTRODUCCIÓN:	78
Tabla #14. Acerca de la empresa “tren ecuador” en la ciudad de Ambato ¿podría decir usted que su conocimiento es?	79
Gráfico III.40: Pregunta1.	79
Tabla #15¿Acerca de los servicios que proporciona empresa “Tren Ecuador” en la ciudad de Ambato cuál de estos usted conoce?.....	81
Gráfico III.41: Pregunta2.	81
Tabla #16 ¿De las rutas turísticas que ofrece la empresa “Tren Ecuador” en la zona 3 (Cotopaxi, Tungurahua, Pastaza y Chimborazo) de cual tiene conocimiento?	83
Gráfico III.42: Pregunta3.	83
Tabla #17 ¿Ha viajado usted en alguna ruta que ofrece la empresa “Tren Ecuador” en la ciudad de Ambato?.....	85
Gráfico III.43: Pregunta 4.	85
Tabla #18 ¿De los siguientes canales de comunicación señale mediante el cual ha recibido información de la empresa pública “Tren Ecuador”?.....	87
Gráfico III.44: Pregunta 5.	87
Tabla #19 ¿Te gustaría recibir información acerca de la empresa pública “Tren Ecuador” para poder utilizar el servicio que ofrece?	89
Gráfico III.45: Pregunta 6.	89
Tabla #20 ¿Por cuáles de los siguientes medios le gustaría recibir información acerca de los servicios que ofrece la empresa pública “Tren Ecuador”?	91
Gráfico III.46: Pregunta 7.	91
Tabla #21 ¿De qué manera le gustaría tener mayor conocimiento de las rutas que ofrece la empresa “Tren Ecuador”?.....	93
Gráfico III.47: Pregunta 8.	93
Tabla #22 ¿De qué manera le gustaría tener mayor conocimiento de las rutas que ofrece la empresa “Tren Ecuador”?.....	95

Gráfico III.48: Pregunta 9.	95
Tabla #23 ¿Ha observado Ud. algún video, cortometraje, documental, etc. acerca de las rutas que ofrece la empresa “Tren Ecuador”?	97
Gráfico III.49: Pregunta 10.	97
3.11 ANÁLISIS ENCUESTAS.....	99
3.12 ANÁLISIS ENTREVISTA.....	101
CONCLUSIONES.....	103
RECOMENDACIONES.....	104
CAPÍTULO IV	105
4. PROPUESTA.	105
4.1 TITULO DE LA PROPUESTA.....	105
4.2 DATOS INFORMATIVOS.....	105
4.3 ANTECEDENTES.	105
4.4 JUSTIFICACIÓN.	106
4.5 OBJETIVOS.....	107
4.6 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD.....	107
Tabla #24 Herramientas Audiovisuales.	108
4.7 ESCALETA.	108
Tabla #25 Escaleta.	108
4.8 GUIÓN.	112
Tabla #26 Guión.....	112
Gráfico IV.50: Iconografía.	123
4.9 REALIZACIÓN DE LA INTRODUCCIÓN.....	124
Gráfico IV.50: Realización de intro.....	124
Gráfico IV.51: Realización de intro.....	125
4.10 EDICIÓN DE AUDIO.	126
Gráfico IV.52: Edición Audio.	126
4.11 EDICIÓN DE VIDEO (TREN DEL HIELO II).	127
4.13 MENÚ CD.....	128
Gráfico IV.63: Menú CD Video.	128
4.14 MEDIDAS.....	129
Gráfico IV.66: Medidas Logo.....	129

Gráfico IV.67: Medidas Scroll.	130
4.15 TIPOGRAFÍA.	130
4.16. PRESUPUESTO.	131
Tabla #27 Presupuesto.	131
4.17 CONCLUSIONES.	133
4.18 RECOMENDACIONES.	133
4.19 GLOSARIO.	134
4.20 ANEXOS N1.	137
Encuesta a la Población Económicamente Activa.	137
ANEXO N2.	141
Entrevistas.	141
ANEXO N3.	145
Permisos.	145
ANEXO N4.	147
Fotos.	147
ANEXO N5.	149
Packaging Cd y Caja.	149
ANEXO N6.	150
Tríptico.	150

CAPÍTULO I

1.1 PROBLEMA:

1.2 TEMA:

LA COMUNICACIÓN AUDIO VISUAL COMO ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA EMPRESA PÚBLICA TREN ECUADOR EN LA CIUDAD DE AMBATO.

1.3 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.

Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) y Sociedad.

En esta línea de investigación se estudia la interrelación que existen entre las TIC (informática y telecomunicación) y la sociedad (a diferencia de la línea de investigación denominada TIC, donde lo que se busca es la investigación y desarrollo de las misma). El impacto que las TIC están produciendo en la cultura y en el comportamiento humano, sin embargo también interesa su aplicación en temas como educación, salud pública, política, economía, negocios, industria, derechos y obligaciones. Esta línea tiene un enfoque inter-disciplinario donde interviene la economía, psicología, administración, comunicación y derecho.

1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Contextualización.

Macro:

En Ecuador de acuerdo a datos del Instituto Nacional De Estadísticas y Censos 2010, existen 61.546 establecimientos que realizan actividades características del turismo. De éstos, 48.385 corresponden a establecimientos de servicios de

provisión de alimentos y bebidas, lo que representa el 79% del total.

Las actividades características del sector turismo consideradas para el análisis de la CST (turismo sostenible) son principalmente: actividades de alojamiento, restaurantes, transporte, agencias de viaje, servicios culturales y de recreación.

Por otra parte, se encuentran los establecimientos que ofrecen servicios recreacionales, culturales y deportivos (9%), seguidos de los que prestan servicios de alojamiento para visitantes (7%).

En el Ecuador a nivel regional, los establecimientos dedicados a las actividades características del turismo se concentran en la provincias de Pichincha (23%), Guayas (22%), Manabí (7%), Azuay (6,5%) y Tungurahua (5%).

Según un análisis internacional y datos presentados por la Organización del Turismo Mundial (OMT) en el año 2011 las llegadas de turistas internacionales consiguieron los 990 millones; mientras que los ingresos por turismo internacional, incluyendo transporte internacional de pasajeros (exportaciones del turismo) alcanzaron un total de USD 1,2 miles de millones, lo que constituye el 6% de las exportaciones de todo el mundo.

La empresa Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública organizó un proceso de renovación y rehabilitación del Sistema Ferroviario con un uso turístico, en su primera etapa Quito – Durán e Ibarra – Salinas, el cual concluyó en el 2012, comenzando la operación integral del sistema ferroviario en el 2013, y en ese año arrancó con la rehabilitación del tramo Otavalo – Ibarra, mismo que se concluyó en el 2014 y su operación comercial inició en enero de 2015.

Se creó 21.252 empleos y 1.488 unidades productivas, 1.025 emprendimientos comunitarios, familiares, unipersonales y 463 unidades de negocios privadas que existían previamente y que siendo fortalecidas se vincularon al tren.

Se rehabilitaron 30 estaciones entre los tramos Otavalo-Salinas, Quito-Durán, El Tambo – Coyocor, de las cuales, en el 2014, Milagro, Naranjito, Barraganetal, Otavalo, Andrade Marín, San Antonio, San Roque y Mocha, con avance del 90%.

Las estaciones además de tener uso turístico, en la actualidad, son espacios públicos donde la ciudadanía acude para realizar diferentes actividades culturales, sociales y de familia (conciertos, obras de teatro, muestras artísticas, visitas a museos).

Meso:

La provincia de Tungurahua se encuentra conformada por 9 Cantones: Ambato, Baños, Cevallos, Mocha, Patate, Pelileo, Píllaro, Quero y Tisaleo, en nuestra provincia la ciudad más destacada es Ambato por el comercio que genera y el paso obligado hacia la Costa, Amazonía, etc. Baños de Agua Santa, principal destino turístico de los ecuatorianos y extranjeros, por sus diferentes cualidades entre ellas su clima, su flora, su fauna, las cascadas, folklor. En la Actualidad aparecen cantones como Píllaro, Patate, Pelileo en la producción y comercialización de productos tradicionales que están realizando vital importancia en la provincia.

En Tungurahua la principal fuente de ingreso en el campo del turismo son las Fiestas de las Flores y de las Frutas que se realiza entre Febrero y Marzo de cada año, atrae a una innumerable gente de las diferentes provincia del Ecuador alrededor de 350 mil personas.

El Ministerio de Turismo, la Cámara de Turismo y la Unidad de Turismo del Municipio, son tres entidades que forman parte del Consejo de Turismo local, si embargo ninguna posee datos específicos sobre cuántas personas disfrutan de los programas por las festividades.

La empresa Ferrocarriles del Ecuador intenta azumar en las fechas de fiestas a los turistas a utilizar los servicio de la empresa, no obstante las salidas del tren se realiza un viaje por día eso evita que la excesiva demanda de turistas ocupen los servicios. Ferrocarriles del Ecuador sumo a sus rutas a 2 provincias Tungurahua y Riobamba en la ruta Ambato –Urbina –Cevallos – Ambato las cuales el cantón Ambato, Cevallos y Urbina fueron beneficiadas con fuentes de empleo para sus habitantes. Las comunidades indígenas de cada canto fueron las más beneficiadas

en este proyecto ya que sus artesanías y gastronomía son las más consumidas por el mercado turístico extranjero y nacional.

Micro:

En Ambato, se acoplaron a la ruta Tren del Hielo II. El viaje de 34 kilómetros, comienza desde la terminal ferroviaria en la ciudadela Ingahurco y recorre Cevallos-Mocha, en Tungurahua y Urbina, en Chimborazo. El viaje dura cerca de nueve horas. Este tramo se une a la ruta de los Andes Centrales y del Sur, que incluye las rutas Riobamba-Colta, Riobamba - Alausí y Alauís - Sibambe. Estos espacios turísticos son promocionados por Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública (FEEP).

En este viaje que tiene un valor de USD 16, se puede conocer a Baltazar Ushca, el último hielero del Chimborazo, y comprar artesanías. A más de recorrer en el auto ferro se puede cabalgar a caballo por diversos senderos. De retorno en Cevallos se visitó los talleres de fabricación de calzado y los huertos frutales de la zona.

La empresa ferrocarriles del Ecuador tiene dos disposiciones frente a este proyecto, uno de las disposiciones es innovar el tema turístico y para aquello alistan diferentes productos y servicios, que tienen el afán de atraer turistas nacionales, extranjeros y locales. La segunda disposición tiene que ver con la democratización del tren, es decir, que todas las personas tengan la posibilidad de acceder a este servicio mediante diferentes alternativas.

Con relación a la población estudiantil, existirá el análisis respectivo y para este sector plantean el programa “Un, dos, tren”, que tiene enfoque turístico y educativo. La coordinación será con docentes para que los estudiantes tengan la oportunidad de reforzar los conocimientos de geografía, historia, matemática, entre otras materias.

1.5 ÁRBOL DEL PROBLEMA.

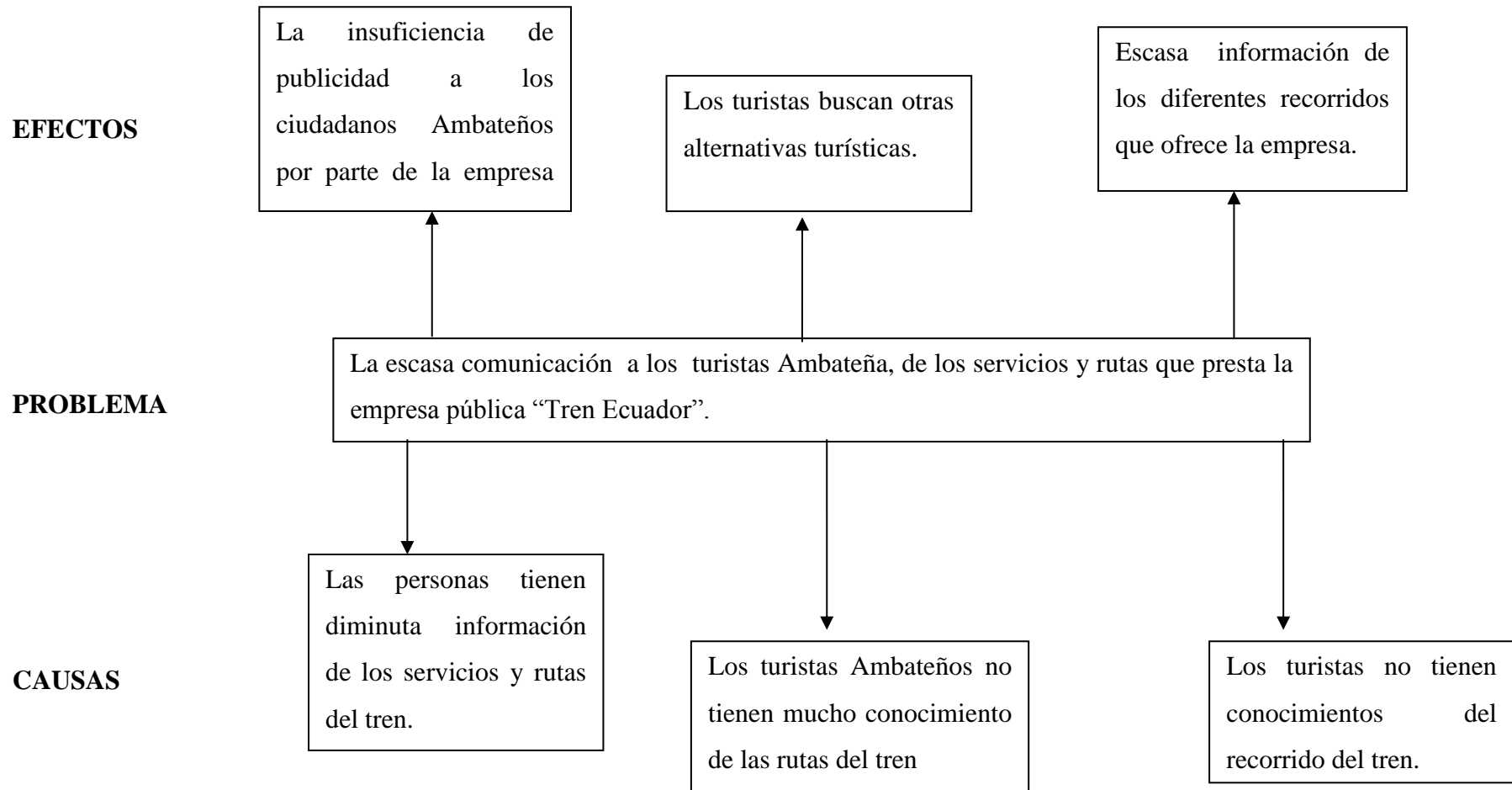


Gráfico I.3: Matriz Causa Efecto.

Elaborada: Kevin William Ortiz Chimborazo.

1.6 ANÁLISIS CRÍTICO.

Lo expuesto involucra causas predominantes que se relacionan con el problema, analiza como la mayoría de turistas que optan por utilizar los servicios de la empresa son extranjeros y de diferentes partes del país, una escasa población Ambateña acude a utilizarlos.

Las Estadísticas de turistas que disfrutaron de las rutas y productos que realizó la empresa Ferrocarriles del Ecuador durante el período 2014 son:

Tabla #1. Estadística de turistas en el 2014.

Ruta	Total pasajeros
Quito-Latacunga	2.531
Quito-Machachi	3.299
Quito-El Boliche	6.808
Machachi-El Boliche	685
Tren de los Volcanes	17.941
Ambato-Urbina	4.518
Durán-Yaguachi	2.749
Durán-Bucay	16.967
Durán-Alausi	163
Durán-Milagro	1.543
Durán-San Rafael	370
Ibarra-Salinas	23.829
Alausi-Sibambe	67.800
Riobamba-Colta	3.983
Riobamba-Urbina	5.967
El tambo-Coyocotor	3.471
Tren Educativo	8.910
Tren Social	5.434
Total País	176.968

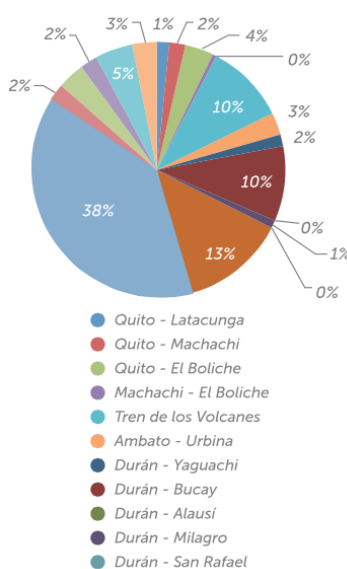


Gráfico I. 1: Estadística de turistas en el 2014.

Elaborado por: Rendición de cuentas 2014 (Ferrocarriles del Ecuador).

La empresa Ferrocarriles del Ecuador en su rendición de cuentas del 2014 revela la composición de canales de venta que mantiene la empresa, a través de esto se realiza toda la gestión de venta y comercialización de los productos excursiones. Ellos tomaron como referencia las ventas realizadas desde agosto hasta octubre con el fin de ver el impacto de tres nuevos canales. (Venta Institucional-Venta Online-Islas en Centros Comerciales).

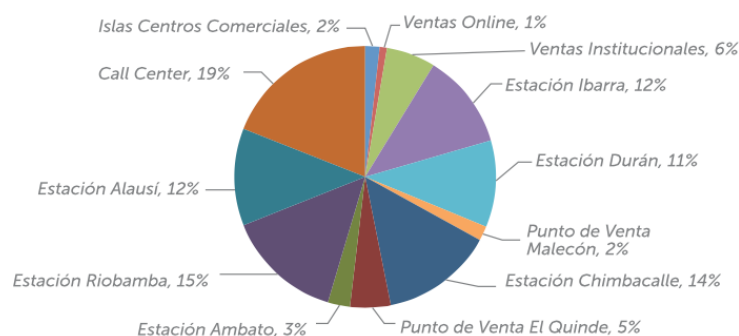


Gráfico I. 2: Canales de venta.

Elaborado por : Rendición de cuentas 2014 (Ferrocarriles del Ecuador).

Aunque se ha generado un incremento de interés en los últimos años, hacia las rutas y sus servicios, por parte del turista nacional, sin importar la región, a un existe una falta de interés por parte de población Ambateña la cual es del 3%, ya que los aspectos para este problema es el enfoque que tiene la empresa como público objetivo, dado falencias a que el turista Ambateño no tome en cuenta a la empresa como una opción de turismo del país.

La empresa a implementa una serie de estrategias, tanto operativas, comerciales, como administrativas, con el objetivo de incrementar ingresos y disminuir costos. Lo cual ha funcionado para las diferentes rutas y servicios que ofrece la empresa. Pero eso no quita que todas sus rutas sean ya conocidas a nivel mundial y nacional. En los cantones más pequeños del país o que no son fuente de turismo son los que más estrategia de promoción necesitan.

Al poder lograr el interés y conocimiento a la población Ambateña de empresa incrementara el posicionamiento nacional e internacional del Tren Ecuador con sus diferentes servicios, permitiendo ser un elemento que fomente el turismo en el Ecuador, aprovechando así la ventaja comparativa que tiene.

1.7 PROGNOSIS.

Lo tratado con anterioridad constituye una alerta significativa a problemas futuros como el colapso de las diferentes rutas que maneja la empresa, que aunque el servicio sea de primera, si no existe una estrategia de promoción o conocimiento hacia el turista se perdería nuevamente el Tren en el Ecuador. Obviamente el deseo en la gente por conocer sobre la empresa y sus rutas está vigente, si no que se necesitan incentivar a la población Ambateña.

La Empresa Publica “Tren Ecuador” de la ciudad de Ambato debido al desconocimiento y publicidad, pasa desapercibido por la sociedad ambateña y todo el país que desconoce los servicios y rutas que ofrece al empresa debido a esto, se corre el riesgo de que la estación cierre sus puertas y así dejar a la ciudad, continúe siendo una fuente no turística para el país.

1.8 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Existe una escasa afluencia de turistas nacionales, que optan por los servicios de la empresa “Tren Ecuador” en la ciudad de Ambato?

1.9 PREGUNTAS DIRECTRICES.

1. ¿Qué producciones Audiovisuales se usan para promocionar las rutas y servicios que ofrece la empresa pública Tren Ecuador. ?
2. ¿Requiere la empresa pública Tren Ecuador una estrategia de promoción y difusión. ?
3. ¿Existe una alternativa de solución al problema. ?

1.10 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.

CAMPO: Diseño Digital y Multimedia

ÁREA: Producción Audio Visual

ASPECTO: Escasa afluencia de turistas nacionales.

1.11 DELIMITACIÓN ESPACIAL.

Esta investigación se realiza para la empresa pública “Tren Ecuador” de la ciudad de Ambato.

1.12 JUSTIFICACIÓN.

Es importante porque ayudara la empresa a tener más afluencia de turistas nacionales con mayor ingreso monetario para sí misma fomentando el turismo cultural del país con conocimiento histórico para los turistas nacionales y extranjeros.

La investigación presente es novedosa debido a que el país no fomenta el turismo cultural con producciones audio visual, es un medio muy fiable para llegar al turista e innovadora para futuras producciones de diferentes empresas que ofrecen servicios turísticos.

Es de mucha utilidad puesto que con buena promoción turística del Tren no habrá pérdidas económicas, la empresa surgiría mucho más y dando muy buenos resultados obteniendo mayor afluencia de turistas nacionales.

La presenta investigación es tecnológica dado que se utiliza herramientas y conocimiento de punta para la realización de producciones audio visuales satisfaciendo las necesidades de cualquier empresa.

Es original porque no existe en ninguna empresa de Tungurahua un estudio que, aporte con información y conocimiento que involucren en el proceso a personas interesadas en temas similares sobre la utilización de producciones Audiovisuales en “Tren Ecuador”.

Es factible porque existe toda la colaboración de la empresa y el deseo sincero de que se realice el estudio, además consideran necesaria la implementación al ser una estrategia de promoción para su difusión.

1.13 OBJETIVOS.

Objetivo General:

- Producir un medio Audiovisual como estrategia de promoción turística de la empresa pública “Tren Ecuador “en la ciudad de Ambato.

Objetivos Específicos:

- Determinar cuáles son los recursos que utiliza la empresa pública “Tren Ecuador” para promocionar las rutas en la ciudad de Ambato.
- Diagnosticar la situación actual de la producción Audiovisual como estrategia turística.
- Identificar el tipo de producción Audiovisual que se utilizaría para promocionar las rutas de la empresa pública “Tren Ecuador”.

SEÑALAMIENTO DE VARIABLES.

Variable independiente: Producción Audiovisual.

Variable dependiente: Tren Ecuador.

CAPÍTULO II – TURISMO

1. EL TURISMO.

En el libro de Alejandro Mantecón (2008) la palabra “turismo” procedería del término inglés *tour*, que, según el *Oxford Reference Dictionary* significa “placer de viajar a través de un país o pueblo, visitando lugares o cosas de interés” (Mantecón, 2008, pág. 48)

Además, Noelia Cabarcos Novás (2006) describe que “El turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus desplazamientos y estancias en distintos lugares diferentes de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo menor de un año, con fines de ocio, negocio u otros motivos” (Cabarcos, 2006, p. 2)

Por lo tanto el turismo es un conjuntos de actividades que realiza las personas al viajar, cruzando de un país o pueblo por un periodo de tiempo más o menos corto con fines de visitar lugares, entreteniendo , negocios u otros motivos.

2. FORMAS DE TURISMO.

Toma en cuenta los tipos generales de los viajes y de quienes emprende. En su publicación Renato Quesada Castro (2007,pg 81).Utiliza un esquema propuesto por el Instituto Costarricense de Turismo (ICT, 1987.22), el cual se presenta en la siguiente figura: (Quesada Castro, 2007, p. 81)

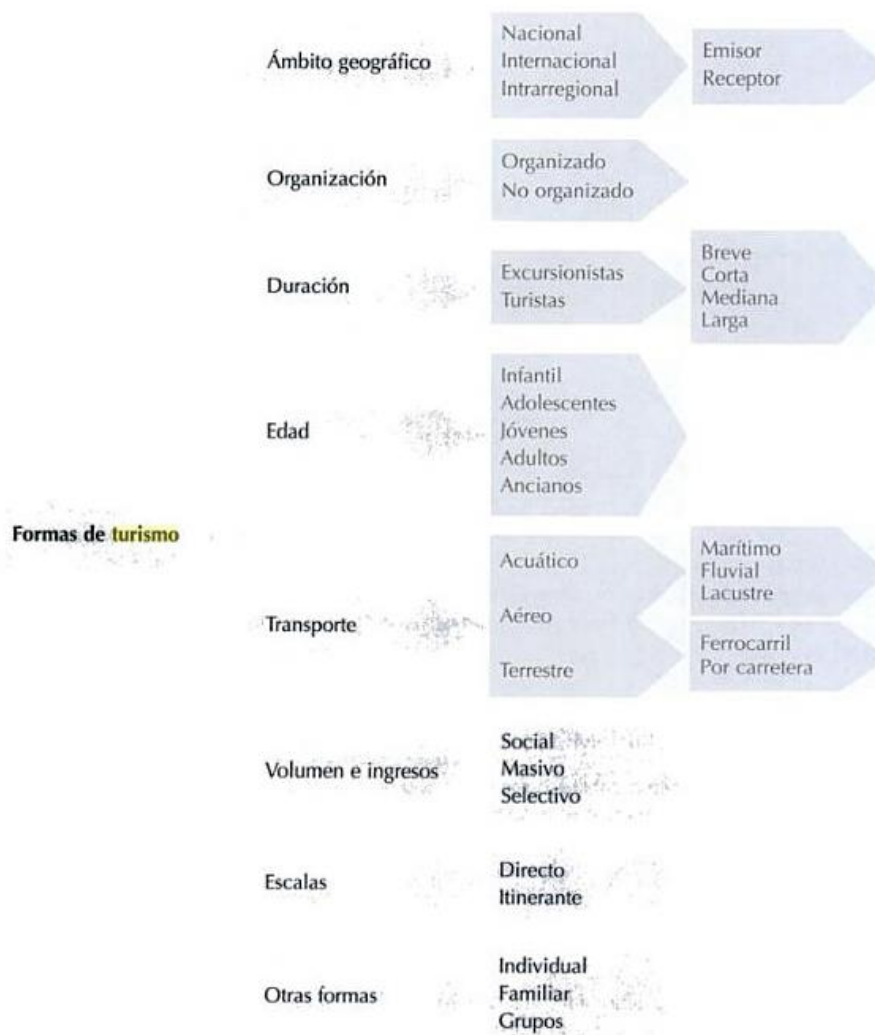


Gráfico II.4: Forma de Turismo.

Elaborado por : Instituto Costarricense de Turismo (ICT, 1987.22)

Modificado por: (Renato Quesada Castro 2007,pg 82)

3. ÁMBITO GEOGRÁFICO.

Es una forma de turismo que cataloga a los viajes, según su localización de los destinos visitados por los turistas en concordancia con su lugar de residencia. Son establecidos del siguiente modo: (Quesada Castro, 2007)

- Turismo nacional
- Turismo internacional, y
- Turismo interregional

4. TURISMO NACIONAL.

En el libro “La Experiencia del Turismo” de Alejandro Mantecón quien define como turismo doméstico o nacional, al que abarca a los residentes de un país que visitan ese mismo país. (Mantecón, 2008, p. 49)

Además Cabarcos Noelia (2006, p. 6) define a los turistas interno o nacional, a los residentes de la misma zona que viajan a un destino al de su residencia habitual por un periodo de tiempo no superior a un año. Este tipo de turismo origina notables beneficios económicos dentro de nuestro país, ya que es un tipo de turismo bastante frecuente. (Cabarcos, 2006, p. 6)

Por lo tanto el turismo nacional son los viajes realizados por las personas nacidas y residentes de un país, que visitan dentro de su territorio por un periodo de tiempo no superior a un año. Es un turismo que beneficia considerablemente a un país ya que es un turismo muy habitual. También se le conoce como turismo interno, interior o domestico

5. TURISMO INTERNACIONAL.

Para Alejandro Mantecón define al turismo internacional en dos aspectos de entrada y de emisor. Como turismo de entrada, que implica a los no residentes de un país que visiten ese país. Como turismo de emisor, que pretenden a los residentes de un país que visitan otros países. (Mantecón, 2008, p. 49)

En otra definición, el turismo internacional en dos aspectos de receptor y de emisor. Como turismo emisor a los residentes de un país que se desplazan a otro país distinto al suyo. Este turismo provoca una pérdida de riqueza desde el punto de vista económico, ya que los turistas nacionales gastan su dinero en el extranjero y no dentro de nuestra frontera. Como turismo de receptor, a los no residentes en un determinado país o región, que viaja a otro país que no es el suyo, por un periodo no superior al año. Este tipo de turismo produce una entrada de riqueza procedente del exterior, por lo cual es muy importante desde el punto de vista económico. (Cabarcos, 2006, p. 6)

Por lo tanto este turismo está compuesto por dos aspectos el primero pertenecen todos los extranjeros y nacionales residentes en otros países que visitan una nación distinta a la que habitan, este tipo de turismo causa una entrada de riqueza originario del exterior, es muy importante desde el punto de vista económico.

El segundo conocido como emisor o emisivo, al cual corresponde todos los nacionales y los residentes extranjeros de un país, que viajan fuera de su territorio. Este turismo provoca una perdida monetaria desde el lugar económico, ya que los turistas nacionales gastan su dinero en el extranjero y no dentro del país.

6. TURISMO INTERREGIONAL.

Se presenta de este modo, como turismo internacional al que realizan las personas en una localidad determinada, sin salir de este territorio. Esto involucra la presencia de vínculos históricos geográficos, comerciales y diplomáticos entre diferentes países, que ayudan igualmente su turismo. (Quesada Castro, 2007, p. 84)

7. TIPOS DE TURISMO.

Para esta clasificación se toma en cuenta las estimulaciones prioritarias que tiene las personas para hacer viaje turístico. Es fundamental ya que permite conocer parte de las características y expectativas de los consumidores y por otra, saber que ofrecerles, pues ellos conforman segmentos de mercado muy específicos y que en varios casos no conviene combinar con otros que presentan comportamientos y motivos diferentes.

Concluimos entonces que los tipos de turismo son tan numerosos como las mismas motivaciones que las origino. Está clasificado a un juicio que cumple a cabalidad con los actuales y futuros requerimientos del turismo. (Quesada Castro, 2007, p. 101)

- Turismo Cultural
- Turismo Deportivo
- Turismo de Placer
- Turismo de Salud
- Turismo de Convenciones
- Turismo de Negocios
- Turismo Naturalistas
- Ecoturismo

(Quesada Castro, 2007)

8. TURISMO CULTURAL.

Cuando los turistas se concentran en las culturas de los lugares adonde visitan, por ejemplo: museos o ruinas, como las pirámides de Egipto o Aztecas. (Quesada Castro, 2007, p. 101)

9. TURISMO DEPORTIVO.

Es cuando una cantidad de personas participan en una serie de eventos deportivos competitivos. Normalmente este tipo de eventos atraen a muchos visitantes que quieren ver los eventos, es el caso como el Mundial de Fútbol, la Fórmula 1 y los Juegos Olímpicos. (Quesada Castro, 2007, p. 102)

10. TURISMO DE PLACER.

Aquel que facilita a los turistas un breve momento de relajamiento, además de suministrar y liberar el estrés, además de disfrutar de los maravillosos paisajes que le ofrezca el lugar que haya decidido visitar. (Quesada Castro, 2007, p. 103)

11. TURISMO DE CONVENCIONES.

Viajes que se realizan para asistir a reuniones de diversa índole, donde se combinan las sensaciones del trabajo con los recorridos turísticos que se programan o actividades y tours que se ofrecen como opcionales. (Quesada Castro, 2007, p. 105)

12. TURISMO DE NEGOCIOS.

Cuando los viajes emprendidos para realizar en otro lugar diferente al de residencia, gestiones o labores propias de una empresa o la intención de hacer un estudio de mercado para la instalación de una empresa, aunque su motivación principal es el trabajo no el descanso. (Quesada Castro, 2007, p. 106)

13. TURISMO NATURALISTA.

Es realizado por las personas que se siente atraídas o motivadas para conocer, disfrutar o estudiar un recurso natural con el fin de realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y los recuerdos culturales que le envuelven. (Quesada Castro, 2007, p. 106)

14. ECOTURISMO.

Se define como la acción turística que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente y evitando los daños a la naturaleza. Se trata de un estilo que busca conformar la industria turística con la ecología. (Quesada Castro, 2007, p. 106)

15. EL TURISMO EN EL ECUADOR.

El turismo es una actividad y sector importante para el Ecuador ya que interviene en el estilo de vida tanto del turista como de la empresa que ofrece el servicio, incrementa la calidad de vida debido a una mejor administración de los atractivos naturales y la conservación del medio ambiente.

La (Organización Mundial del Turismo), tiene como objetivo promover el turismo a nivel mundial, define esta actividad como las “actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otro”

El turismo es un sector importante para la reactivación económica, la generación de nuevas plazas de empleo, la atracción de inversión local y extranjera, la mejora de infraestructuras hoteleras, puertos y vías; pero más importante es la entrada de divisas para Ecuador. (S.A, Analisis Sectorial de Turismo, 2012, p. 3)

17. EL SECTOR ECUATORIANO.

Ecuador tiene una cierta ventaja sobre los demás países porque posee cuatro regiones que van desde la diversa fauna de la Amazonía a volcanes y nevados de los Andes; playas en la Costa y las más conocidas Islas Galápagos. Las cuatro regiones cuentan con un ecosistema único y por lo tanto el país cuenta con la mayor biodiversidad. Vale referirse que el país, debido a su amplia diversidad y ubicación geográfica, posee rincones declarado Patrimonio Cultural de La Humanidad por la UNESCO. Como las Islas Galápagos, las ciudades de Quito, Cuenca, el Parque Nacional San gay, y las Reserva Marina de las Islas Galápagos.

El Ecuador es un destino que ofrece varias alternativas de actividades para el viajero: desde el turismo de aventura, al ecoturismo, agro turismo, historia y cultura, deportes acuáticos, viajes de incentivos y convenciones. (S.A, Analisis Sectorial de Turismo, 2012, p. 3)

18. TURISMO EN TUNGURAHUA.

El turismo en la Provincia de Tungurahua tiene grandes potencialidades que pueden ser explotadas, ya que tiene un sinnúmero de sitios naturales, culturales, artesanales e indígenas. Dentro de su potencial turístico están sin duda sus recursos naturales y su riqueza cultural, los que se nombraran a continuación. (Castañeda & Ortiz, 2001, p. 54)

19. RECURSOS NATURALES.

La Provincia de Tungurahua lograría ser considerado un verdadero paraíso natural por los recursos que posee. Al encontrarse en una zona con una variedad de climas y suelos, las actividades agrícolas son favorables y constituyen una parte esencial de la economía de la provincia.

En lo que se refiere a la actividad turística se cuenta con:

- Pesca Deportiva
- El Trekking
- El Rafting
- El Montañismo
- Viajes en Auto ferro.

Igualmente de estas actividades existe una gran cantidad, penosamente todo este potencial se aprovechado sin una debida organización, fundamentalmente en la información turística. (Castañeda & Ortiz, 2001, p. 66 al 77)

20. RIQUEZA CULTURAL.

En lo que prácticas típicas se refiere Tungurahua posee grandes riquezas, debido a la diversidad de pueblos que habitaban en el territorio, las cuales se han mantenido a través de los años. Lo que se refiere a costumbres son de carácter religioso, social y económico.

Las principales fiestas que se celebran a lo largo del año son:

- Las fiestas de Corpus Cristi
- Fiestas de los Finados.

En el mes de junio, en casi todas las parroquias se realizan las Octavas de Corpus, las mismas que se celebran con juegos pirotécnicos, conjuntos musicales, grupos de danza, castillos o palos encebados, juegos bailes populares, etc.

La fiesta más importante de la provincia es la Fiesta de las Frutas y de las Flores (F.F.F). Que se realizan los días de carnaval como un reconocimiento del hombre a los favores que recibe de la tierra. Fue creada por los ambateños a raíz del terremoto de 1949, como un símbolo de restauración, de rebeldía, de unión, de lucha, de confraternidad y sobre todo de trabajo conjunto. (Castañeda & Ortiz, 2001, p. 84)

21. AMBATO.

21.1 Turismo.

Ambato posee gran cantidad de Iglesias, monumentos, parques, lugares históricos, ferias, salas de pintura, centros culturales, quintas, museos, complejos turísticos, discotecas, bares.

Vale la pena mencionar la feria de los días lunes y domingos, en el Mercado Ferroviario y en el Mercado Mayorista principalmente.

Entre las fiestas más sobresalientes tenemos: La Fiesta de las Flores y las Frutas, que se desarrolla entre los meses de Febrero y Marzo, la feria de Finados, las fiestas navideñas, las fiestas de fin de año, fiestas de cantonización, etc.

En las parroquias celebran fiestas religiosas como en Quisapincha, las fiestas de San Antonio, en Picaihua, las fiestas de San Isidro, en Totoras, las fiestas de la Virgen del Tránsito. (Castañeda & Ortiz, 2001, p. 47)

22. FERROCARRILES DEL ECUADOR EMPRESA PÚBLICA.

22.1 Reseña Histórica.

El Ferrocarril llegó a Quito hace 106 años, en Junio de 1908 dentro del contexto de la revolución industrial, los servicios prestados tanto de transporte masivo de pasajeros como de carga lo convirtieron en un eje fundamental para el desarrollo, además de un símbolo de unidad nacional a principios del siglo XX.

El tren de Alfaro es sin duda una obra majestuosa, de ingeniería impresionante para su época, y debido al complicado trazado de la vía férrea se lo ha catalogado como “el tren más difícil del mundo”.

La vía férrea ecuatoriana tuvo una extensión de 965 Km, de los cuales el 75% del trazado cruza por la cordillera de los Andes, correspondiente a la “Avenida de los Volcanes”, denominada así por el científico, humanista y naturalista alemán Alexander Von Humboldt. Este trazado se encontraba dividido en tres grandes tramos:

Tabla #2. Tramo Ferrocarriles del Ecuador empresa pública.

Norte: Quito – San Lorenzo (373 km)
Sur: Quito – Duran (447 km)
Austral: Sibambe – Cuenca (145 km)
(S.A, Rendicion De Cuentas 2014, 2014)

Fuente: Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública.

Elaborado por: William Ortiz.

22.2 Declive del Ferrocarril.

En los 70, el ferrocarril ecuatoriano inició un proceso de declinación que prósperamente anula su influencia en el sistema de transporte en el Ecuador. Hubo un intento por recuperar el sistema ferroviario al asumir el poder el doctor Rodrigo Borja, pues los ferrocarriles se encontraban a punto de colapsar, con una vía férrea virtualmente inutilizada, la maquinaria paralizada y la empresa económicamente quebrada. En este proceso la rehabilitación y modernización de los ferrocarriles se llevó a cabo con fondos provenientes de Francia, España y aportes nacionales del 50 por ciento de la recaudación del impuesto a las matrículas de los vehículos.

En los siguientes períodos presidenciales no tomaron al Ferrocarril del Ecuador como un tema trascendente para el país. Es así que para poder subsistir y debido al interés de operadoras privadas, la empresa, con los pocos tramos de vía que quedaron, definió rutas cortas enfocadas a un servicio turístico, pero con una operación precaria, una vía sin mantenimiento y sin brindar la debida seguridad para los usuarios, vendiendo más una actividad folclórica que turística.

En el 2005, el presidente Alfredo Palacio realizó un último intento de mejorar la situación del ferrocarril y transfirió la competencia del ferrocarril a la Mancomunidad de Municipalidades integrada por 33 municipios, pero su insolvencia en la administración no permitió que se cumplan los objetivos esperados.

Podríamos decir que para el año 2008, la realidad de Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública se resumía en: vía en condiciones paupérrimas, estaciones en ruinas y una empresa muerta. (S.A, Rendicion De Cuentas 2014, 2014)

En el mandato del Presidente Rafael Correa se rehabilito el Sistema Ferroviario Ecuatoriano, se declaró como Patrimonio Nacional el 1 de abril de 2008.

Es en este contexto, Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública Ferroviario inicio un proceso de modernización y rentabilidad del Sistema Ferroviario Ecuatoriano Patrimonial con un uso turístico, en su primera etapa Quito –Duran e Ibarra-Salinas, el cual concluyo en el 2012, comenzando la operación integral del sistema ferroviario en el 2013, y en ese año arrancó con la rehabilitación del tramo Octavalo – Ibarra , mismo que se concluyó en el 2014 y su operación comercial inició en enero de 2015.

Se han rehabilitado 30 estaciones entre los tramos Otavalo – Salinas, Quito – Duran, El Tambo – Coyoctor de las cuales en 2014, fueron rehabilitadas la de Milagro, Naranjito, Barragan, Otavalo, Andrade Marín, San Antonio, San Roque, y Mocha con avances del 90 %. (S.A, Rendicion De Cuentas 2014, 2014)

Las estaciones rehabilitadas son:

Tabla #3. Estaciones Rehabilitada.

Salinas de Ibarra.	El Boliche	Alausi
Ibarra	Lasso	Huaigra
San Antonio	Guaytacama	Barraganetal
Andrade Marín	Latacunga	Milagro
San Roque	Ambato	Duran
Otavalo	Cevallos	El Tambo
Chimbacalle	Urbina	Sibambe
Mocha	Riobamba	Bucay
Tambillo	Colta	Naranjito
Machachi	Guamote	Yaguachi

Fuente: Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública.


Elaborado por: William Ortiz.

Las estaciones además de tener un uso turístico, son espacios públicos donde la ciudadanía acude para realizar diferentes actividades culturales, sociales y de familia. (S.A, Rendición De Cuentas 2014, 2014)

23. RUTAS.

23.1 Tren de la Libertad: Incluye ticket del tren, guía y en el destino, parada en San Roque y refrigerio en el tren, Vista de museo fábrica textil Imbabura, presentación folclórica en salinas, entrada al museo de sal o centro etnográfico en Salinas, almuerzo y bus turístico para traslado. No incluye Consumo extra en el Café del tren y consumos varios.

Tabla #4. Tren de la libertad.


TREN DE LA LIBERTAD.	
	
Gráfico II.5: Rutas del tren, Tren de la libertad.	
Elaborado por: Ferrocarriles del Ecuador.	
Otavalo – Salinas	
Opción 1	Opción 2
(tren + bus)	(bus + tren)
Distancia 57 Km Horario 08:00 Frecuencia Sábado y domingo	Distancia 57 Km Horario 08:00 Frecuencia Viernes y sábado

Fuente: Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública.

Elaborado por: William Ortiz.

23.2 Tren de la Libertad: Incluye ticket del tren, guía abordo y en el destino, presentación folclórica en Salinas, city tour guiado en Salinas, almuerzo, entrada al museo de sal o centro etnográfico en Salinas, parada en el lago Yahuarcocha y visita a museo y bus turístico para traslado. No incluye consumo extra en el Café del Tren y Consumo varios.

Tabla #5. Tren de la Libertad.


TREN DE LA LIBERTAD.	
	
<p>Grafico II.6: Rutas del tren, Tren de la libertad.</p> <p>Elaborado por: Ferrocarriles del Ecuador.</p>	
Ibarra – Salinas - Ibarra	
Opción 1 (tren + bus)	Opción 2 (bus + tren)
<div style="background-color: #92d050; padding: 10px; border-radius: 10px;"> <p>Distancia 30 Km Horario 10:30 Frecuencia Viernes y sábado</p> <p>*Miércoles y jueves ida y vuelta en tren</p> </div>	<div style="background-color: #92d050; padding: 10px; border-radius: 10px;"> <p>Distancia 30 Km Horario 11:00 Frecuencia Domingo</p> </div>

Fuente: Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública.

Elaborado por: William Ortiz.

23.3 Tren de los Volcanes: Incluye ticket del tren, guianza abordo y en el destino, presentación folclórica, caminata de 35 minutos en Área Recreacional El Boliche, entrada y visita guiada en granja de animales en Machachi y almuerzo completo. No incluye extra en el Café del Tren y consumos varios.

Tabla #6. Tren de los Volcanes.

TREN DE LOS VOLCANES.	
	
<p>Gráfico II.7: Rutas del tren, Tren de los Volcanes.</p> <p>Elaborado por: Ferrocarriles del Ecuador.</p>	
Quito – El Boliche - Quito	
Opción 1	Opción 2
(tren + bus)	(bus + tren)
<p>Distancia 59 Km Horario 08:00 Frecuencia Jueves viernes sábado domingo y feriados</p>	<p>Distancia 59 Km Horario 09:00 Frecuencia Jueves viernes sábado domingo y feriados</p>

Fuente: Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública.

Elaborado por: William Ortiz.

23.4 Tren del Hielo II: Incluye ticket en autoferro, guianza bilingüe, USD 1,00 de consumo en el Café de Tren Urbina, visita al museos del Tren del Hielo y Plaza Artesanal del Tren, entrada a fábrica de elaboración de calzado. No incluye desayuno en el Café del Tren, almuerzo, compra de calzado y consumo varios.

Tabla #7. Tren del Hielo II.

TREN DEL HIELO II.

<p>Gráfico II.8: Rutas del tren, Tren del Hielo II Y Sendero de los Ancestros. Elaborado por: Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública.</p>
Ambato – Urbina – Ceballos - Ambato
<div style="background-color: #4a7ebb; color: white; padding: 10px; border-radius: 10px;"> <p>Distancia 43 Km</p> <p>Horario 08:00</p> <p>Frecuencia Viernes sábado domingo y feriados</p> </div>

Fuente: Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública.

Elaborado por: William Ortiz.

23.5 Nariz del Diablo: Incluye ticket en Tren, guianza bilingüe, visita a Centro de Interpretación Cóndor Puñuna y danza tradicional. No incluye actividades opcionales (cabalgata a las ruinas de la antigua Gerencia).

Tabla #8. Nariz del Diablo.

NARIZ DEL DIABLO.

Gráfico II.9: Rutas del tren, Nariz del Diablo. Elaborado por: Ferrocarriles del Ecuador.
Alausí – Sibambe – Alausí
 <p>Distancia 12 Km Horario 08:00 11:00 15:00 Frecuencia Martes miércoles jueves viernes sábado domingo y feriados</p>

Fuente: Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública.

Elaborado por: William Ortiz.

23.6 Tren de la Dulzura: Incluye ticket del tren, guianza abordo, asistencia en el bus, snacks a bordo del tren, presentación en Bucay, visita guiada en la catedral San Jacinto de Yaguachi, recuerdo artesanal y retorno en bus. No incluye actividades opcionales (ciclismo cabalgata) y consumo varios.

Tabla #9. Tren de la Dulzura.

TREN DE LA DULZURA.	
	
<p>Gráfico II.10: Rutas del tren, Tren de la Dulzura.</p> <p>Elaborado por: Ferrocarriles del Ecuador.</p>	
Durán – Bucay – Durán	
Opción 1 (tren + bus)	Opción 2 (bus + tren)
<div style="background-color: #800040; color: white; padding: 5px; border-radius: 10px;"> <p>Distancia 88 Km Horario 08:00 Frecuencia Jueves viernes sábado domingo y feriados</p> </div>	<div style="background-color: #800040; color: white; padding: 5px; border-radius: 10px;"> <p>Distancia 88 Km Horario 08:00 Frecuencia Jueves viernes sábado domingo y feriados</p> </div>

Fuente: Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública.

Elaborado por: William Ortiz.

CAPÍTULO II – AUDIOVISUAL

2.1 PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL.

En el siguiente capítulo se hablara detenidamente del inicios del cine hasta abordar las fases y definiciones para realizar una producción audiovisual. La palabra cine, viene del griego y significa movimiento, es la habilidad que consiste en proyectar fotografías de forma rápida y continua para crear la impresión de movimiento, mostrando a lo que llamamos video, el cine es un arte y comúnmente, considerada como el séptimo arte. (Fernández & García, 2010, p. 21)

La historia del cine comienza el 28 de diciembre de 1896, por los hermanos Lumière en la que proyectaron públicamente la salida de obreros de una fábrica en Francia en Lyon, un jardinero regando el césped, las olas rompiendo en la orilla.

Su cortometraje más impresionante fue el de un tren del correo avanzando hacia el espectador, lo que producía gran conmoción en el público. El suceso provocado por el invento, llevo a una rápida evolución del mismo y para 1899 Méliés rodo la primera producido un filme de 15 min “El caso Dreyfus” y en 1900, filmó “Cenicienta” de 20 escenas. Pero sus filmes más notables son “Viaje a la luna” de 1902 donde experimenta con trucos fotográficos, como las películas eran mudas, unos rótulos en medio de las escenas iban explicando la acción o los diálogos. Y, a veces, un pianista daba toque musical al espectáculo. (Cousins, 2012, p. 34)

Al principio del siglo XX el cine llega hacer una industria, el 6 de octubre de 1927 revoluciona para la historia del cine y se añade sonido a las películas, el color tardo más en ser adaptado al cine con la mejora de los proceso de registro del color y disminuir los precios frente al blanco y negro, más películas se filma a color. (Cousins, 2012, p. 38)

Para los años 40 y 50 al terminar la guerra Italia totalmente destrozada aparece el cine “neorrealista”, un cine testimonial sobre la realidad del momento, hecho con

muy pocos recursos pero con mucha humanidad, se impone los musicales como “Cantando bajo la lluvia (1956)” y las superproducciones.

Con el inicio de los años 60 y 70 aparece el cine independiente, los jóvenes se convierten en el público potencial, época del rock y de los grandes melodramas.

80 y 90 se marcan las diferencias entre el cine comercial y cine independiente. Las grandes compañías empiezan a invertir. Oriente ofrece una nueva alternativa la animación que rompe con todos los moldes establecidos. (Cousins, 2012, p. 42)

2.2 ELEMENTOS DE LA IMAGEN.

El punto es el elemento más simple y a la vez más complejo de la imagen. La línea puede definirse como una sucesión ininterrumpida de puntos.

La composición es la disposición equilibrada de los elementos de la imagen que se ordenan para expresar sensaciones favorables en un espacio determinado. La distribución de estos elementos debe realizarse en función de una estructura interna que tenga una significación clara o una intención coincidente con el mensaje que se quiera transmitir.

Al plantearse una estructura compositiva, o al analizar una composición, conviene tener presente los siguientes conceptos: el encuadre, el formato, los centros focales, la angulación, los colores, la luminosidad, el contexto y la propia estructura derivada del conjunto de todos los anteriores elementos. Cuando se trate de un diseño publicitario, además de las imágenes que lo componen, la disposición de los bloques de texto y la intencionalidad expresiva del color. (W.White, 2002)

2.3 EL LENGUAJE AUDIOVISUAL.

El autor Juan Francisco Gonzales expresa al lenguaje audiovisual, como el arte de la imagen dinámica, obtenida técnicamente y proyectada con un ritmo espacial y temporal. (Gonzales, 2004, p. 16).

Entendemos por lenguaje audiovisual a un código que se orienta por reglas tales que nos permiten para producir enunciados a través de combinar imagen en movimiento y sonido. (Bruce, 2008, p. 2)

Por lo tanto el Lenguaje Audiovisual es aquel que organiza la imagen y el sonido para que tenga sentido como un arte de la imagen dinámica, lograda técnicamente y proyectada con un ritmo espacial y temporal.

2.4 PREPRODUCCIÓN.

Es la etapa más trascendental en el proceso de producción audiovisual. Inicia desde el instante en el que aparece una idea hasta que comienza la grabación. El productor observará los problemas que planteen el equipo técnico y los recursos precisos para la ejecución de la producción. En esta período de preproducción se contratan los artísticos, equipos técnicos, de vestuario, de maquillaje y de edición. con los que se contará la ejecución de la producción.

Los equipos de producción además deberán elaborar una sucesión de listas en las que se detalle con la mayor precisión posible la utilería. En esas listas se detallar, que material, medios y personas serán necesarios en cada momento de la grabación. Al finalizar esta etapa de preproducción se programara las actividades que cada día se deberán realizar para acomodarse a los pronósticos del equipo de producción. (Fernández & García, 2010, p. 94)

2.4.1 LISTA DE PERSONAL TÉCNICO.

- Director.
- Asistente del director.
- Guionista.
- Director de Fotografía.
- Director de cámara.
- Asistente de cámara.
- Sonido e Iluminación
- Dirección de Producción.
- Escenógrafo.
- Actor.
- Vestuario y Maquillaje.
- Editor.

(Medellín V., 2005, p. 34)

2.4.2 MEDIOS AUDIOVISUALES.

Cortometraje: Es una producción audiovisual que no dura más allá de treinta minutos, su duración tradicional se ubica entre los ocho y los treinta minutos. Abarca los mismos tipos que los de las producciones de mayor duración, pero debido a su costo menor se suelen usar para tratar temas menos comerciales o en los que el productor tiene una total libertad creativa. (Adelman, 2005, p. 229)

Documentales: Expresión vista de la realidad, mostrada en forma audiovisual. La organización y estructura de imágenes y sonidos como textos y entrevistas, se manejan el punto de vista del productor, determina el tipo de documental. (Fernández E. , 1994, p. 89)

Videos Clips: Tipo de producción audiovisual con un objetivo de promoción musical o pequeño cortometraje realizado en video que sirve para promocionar una canción o un tema musical cuya música va acompañada de imágenes, generalmente relacionadas con el tema interpretado. (Blanco, 2008, p. 107)

Videos Corporativos: En este tipo de videos se muestra a la empresa y las actividades de ésta en la habilidad del comercio, acentuando la capacidad y los valores positivos más primordiales que marcan la diferencia de la empresa con respecto a la competencia, o promocionar la visión y misión que tiene la empresa sus actividad primordiales que la compañía desarrolla, así como la tecnología que emplea, contemplada también con su historia, sus proyectos futuros y conjuntamente mostrar quienes integran la compañía. (Zunzarren & Gorospe, 2013, p. 43)

Video Informativos: Es una forma más rápida de contarlas y documentarlas, utilizado para la transmisión de la información de una forma eficaz. Es utilizado mayor mente solo al ámbito de los medios de comunicación (principalmente la televisión), pero es un formato que puede ser usado por cualquier agente que quiere transmitir una determinada información. (Herreros, 2010, p. 74)

Reportajes: Es un género informativo que relata, de manera libre pero directa, un hecho noticioso. Permite que el periodista el que suscite la información en lugar de esperar a que acontezca que realiza acerca de un hecho, un personaje o sobre cualquier otro tema; suele ir acompañado de fotografías, imágenes, documentos, entrevistas, etc., y se emite por televisión o por radio. (Fernández E. , 1994, p. 165)

2.4.3 ESCALETA.

Boceto preliminar de la producción en el cual contienen los segmentos más importantes de la escena. También permite ver la interrelación, la historia de los personajes, la sucesión de lo que en ese momento está pasando en la escenas y sus vínculos, programar la duración de cada una y calcular las secuencias, así como conocer sus características principales. Habitualmente, la escaleta es un proceso próximo al guion, sin abordar los diálogos. (Worthington, 2009, p. 116)

2.5 PREPRODUCCIÓN DE AUDIO.

El ritmo, el mensaje y el sentimiento de una presentación multimedia se ven afectada por los sonidos que de ella se perciben. Por estas razones se debe de poner especial atención a la planeación (los distintos guiones) producción y utilización de los sonidos (musicalización, sonidos incidentales, locución) que van a acompañar a la presentación. (Konigsberg, 2004, p. 141)

2.5.1 EQUIPOS BÁSICOS AUDIOVISUAL.

Cámara filmadora profesional: Es un aparato generalmente portátil que permite registrar imágenes y sonidos, convirtiéndolos en señales eléctricas que pueden ser reproducidos por un tv, pc, aparatos móviles, etc. (Medellín V., 2005, pp. 42, 43)

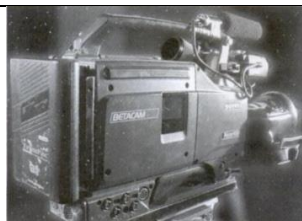


Gráfico II.11: Filmadora.

Tomado de: (Medellín V., 2005, p. 42)

Trípode. Se denomina trípode a un armazón que cuenta con tres pies y que se utiliza como sostén de diversos instrumentos o dispositivos. El trípode brinda estabilidad a un elemento, evitando que se mueva o que se desplace. Así se facilita su uso y se minimiza la posibilidad de eventuales errores o fallos. (Medellín V., 2005, p. 44)



Gráfico II.12: Trípode.

Tomado de : (Medellín V., 2005, p. 44)

Iluminación: Es la base de la fotografía, del cine y del vídeo, tiene un valor funcional ósea útil y un valor expresivo o artístico que puede transformar la realidad, añadir misterio, alegría, etc. Se distingue entre iluminación suave e iluminación dura. (Zetti, 2000, p. 134)

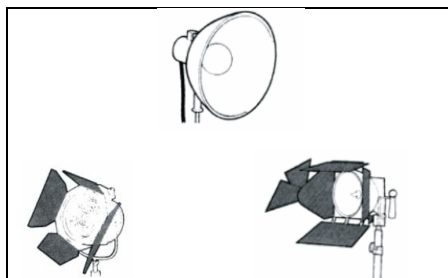
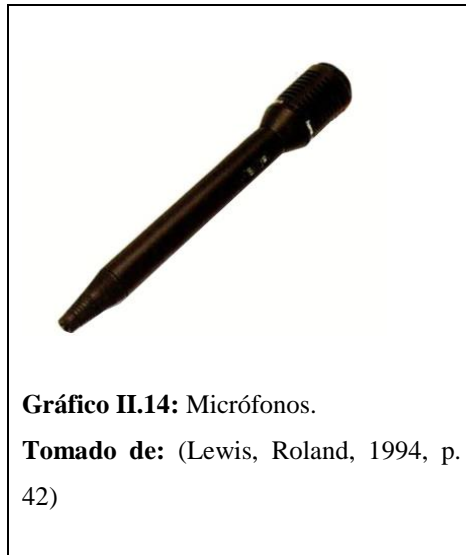


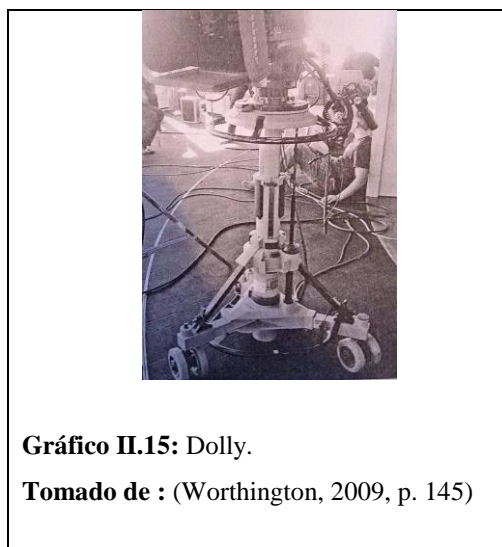
Gráfico II.13: Iluminación.

Tomado de : (Medellín V., 2005, p. 45)

Micrófonos: Es un aparato hecho para capturar ondas en el aire, agua o materiales duros, y traducirlas a señales eléctricas. Son utilizados en diferentes aparatos como grabadoras, teléfonos, producción de películas, audífonos, en transmisión de televisión y radio, en grabación en computadoras, entre otros. (Zetti, 2000, pp. 192, 196)



Dolly: El trípode puede ser colocado en un Dolly, la mayoría de Dolly de última generación es construida con trípodes integrados lo que facilita el rápido reposicionamiento de la cámara, también conocido como trípode Dolly. (Zetti, 2000, p. 91)



Grúas: Son utilizados específicamente para el trabajo de campo. Se desarma con facilidad, para luego ser transportado en una bolsa de lona y ensamblarse otras ves, todo en cuestión de minutos. (Zetti, 2000, p. 99)

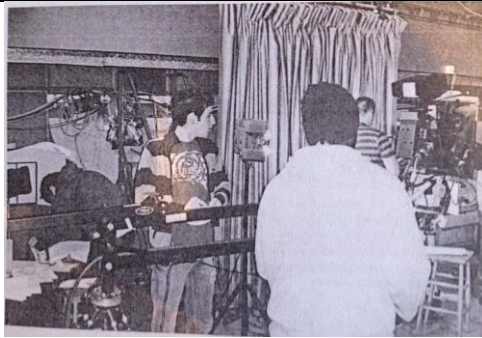


Gráfico II.16: Grúas.

Tomado de: (Worthington, 2009, p. 135)

Computadora: Nos permite el manejo de la edición, los sonido, los efectos y la renderización del video terminado, en los programas pre instalado en la pc.



Gráfico II.17: Computadora.

Elaborado por: William Ortiz.

2.6 PRODUCCIÓN.

Se pone en desarrollo todas las ideas pensadas en la etapa de preproducción. La mala planificación deduciría un gasto significativo de tiempo y presupuesto. En esta fase de la producción se unen los técnicos de sonido, el equipo de cámaras, el director, entre otros. (Worthington, 2009, p. 70 y 100)

2.7 GUIÓN.

Es un texto en que se muestra, con los detalles necesarios para su realización, el contenido de una película, comic o de un programa de radio o televisión. Se puede decir un escrito que contiene las indicaciones de toda la acción, dialogo, sonido, toma, plano, movimiento, etc. Que contiene la obra dramática requerida para su puesta en escena. (Worthington, 2009, p. 86)

2.7.1 Técnico.

En este tipo de guiones imperan las indicaciones técnicas, mientras que el texto verbal sólo aparece a medias y, en algunos casos, ni siquiera eso. Incluye tanto indicaciones de cámara como de dialogo y acción, se desglosa en escenas individuales. Numerando los planos en orden consecutivo. (Konigsberg, 2004, p. 252)

2.7.2 Literario.

Son aquellos que dan una importancia fundamental al texto que deberá leer el locutor o los actores. Excluyen las anotaciones técnicas, movimientos y los ángulos de cámara, generalmente en mayúscula, los lugares en los que aparecen músicas y efectos sonoros. (Konigsberg, 2004, p. 151)

2.7.3 Técnico – Literarios.

Contienen toda la información posible. En ellos surge el texto verbal completo, así como el conjunto de las indicaciones técnicas.

Según la posibilidad de realizar modificaciones, hablamos de guiones abiertos y de guiones cerrados. Los primeros están concebidos para que puedan ser modificados en el transcurso del programa, por lo que presentan una marcada flexibilidad. Los segundos, en cambio, no admiten modificación alguna. Trabajar con uno u otro dependerá de la complejidad de la producción y, sobre todo, de las características del espacio. (Konigsberg, 2004, p. 251)

2.7.4 Guion de Audio.

Si se habla de escritura para el oído, no cabe duda que la claridad y la simplicidad en la exposición de las ideas deben ser los pilares básicos sobre los que se sustente cualquier redacción de audio. La claridad y la sencillez aseguran la comprensión del mensaje y facilitan su posterior transcripción oral (locución).

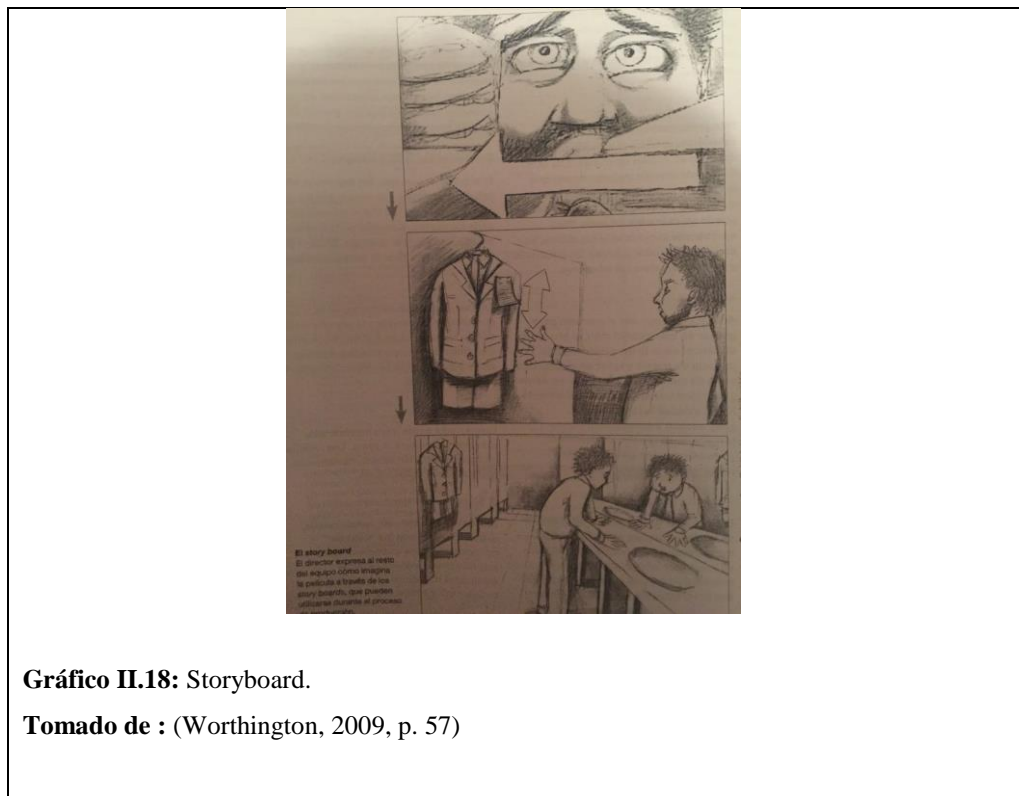
Y es que, además de escribir para el oído, como se sabe, hay que hablar para el oído.

En audio se puede establecer una tipología de guiones en función de tres variables:

- La información que contienen
- Las posibilidades de realizar modificaciones sobre ellos y
- La forma en que se presentan. (Konigsberg, 2004)

2.7.5 STORYBOARD.

Es un dibujo abreviado compuesto de ilustraciones en las que se recoge la planificación esencial (encuadres, movimientos externos e internos) de una obra audiovisual. Se considera una parte del guión completo (guion literario, guion técnico). (Worthington, 2009, p. 56)



2.8 SONIDO.

2.8.1 Musicalización.

La musicalización a diferencia de otros sonidos en una exposición es su presencia continua. Y aunque existen ciertas pausas, es parte de la ambientación y es parte del diseño base en las presentaciones audiovisuales. (Vera & Badariotti, 2002, p. 141)

2.8.2 Los sonidos incidentales.

Se representan todos los efectos especiales, loops, cortos de voz, etc.; que dependen de una circunstancia en especial. Por ejemplo: cuando se presiona un botón; o cuando aparece algún elemento visual. (Konigsberg, 2004, p. 245)

2.8.3 Producción de audio.

Hay tres pasos en la producción de audio: creación, distribución y reproducción.

- **Creación de audio.** Como se indica en esta etapa se crea la pieza musical, conjunto de sonidos, que conforman el impacto de audio en nuestro producto.

- **Distribución.** Consiste en incorporar de manera funcional el audio a nuestro producto audiovisual.

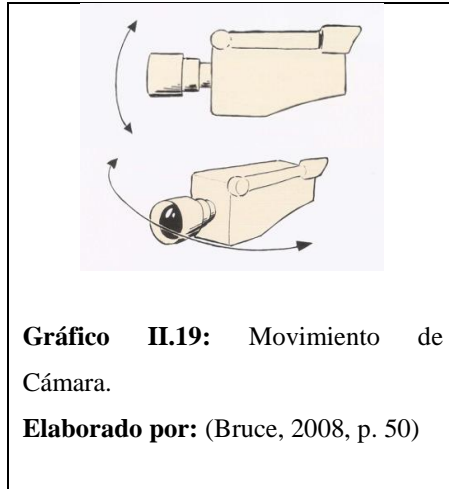
- **Reproducción.** Aquí se observa que el medio visual y sonoro concuerden con lo planeado. Esta reproducción debe ser idéntica cada vez que se observa el producto audiovisual. Postproducción de audio se observan la edición, prueba de audio, re edición y creación de master. (Vera & Badariotti, 2002, p. 245)

2.9 LENGUAJE DE LA CÁMARA.

Una toma es el acto de fotografiar una escena o parte de una escena sin interrupción. Durante una filmación se pueden hacer incontable cantidad de tomas, estas al ser editadas nos comunican un mensaje. (Medellín V., 2005, p. 38 al 40)

2.9.1 MOVIMIENTO DE CÁMARA.

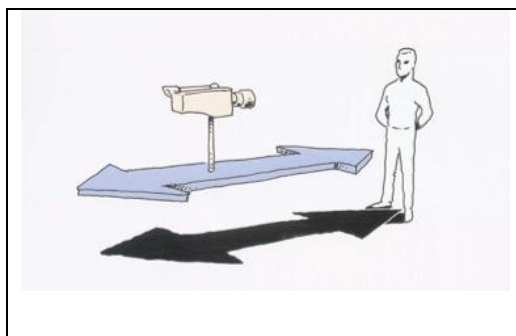
Paneo:

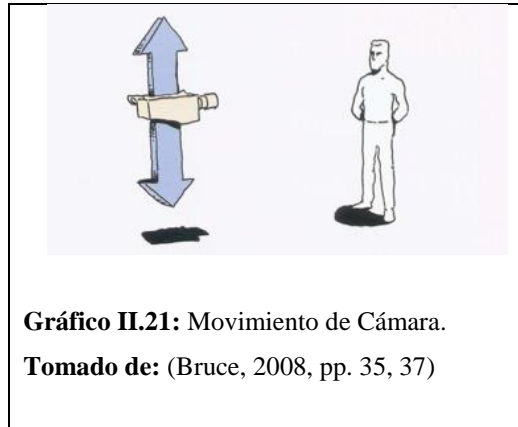


Travelling:

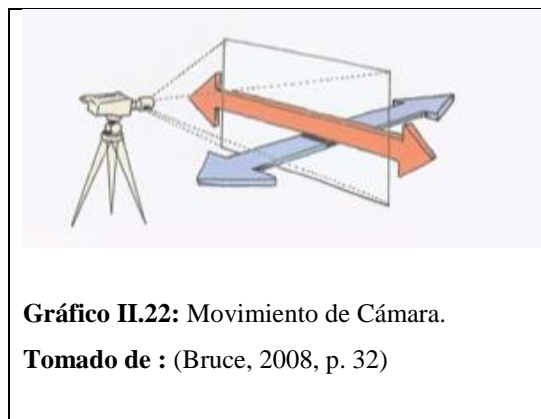


Dolly in, Dolly out y Tilt up Tilt Down:





Movimiento del objeto:



2.9.2 ENCUADRE.

El ojo humano observa un espacio sin límites, pero en la cámara el encuadre está limitado por cuatro lados. Por lo tanto es necesario elegir lo que se quiere incluir y lo que vamos a excluir.

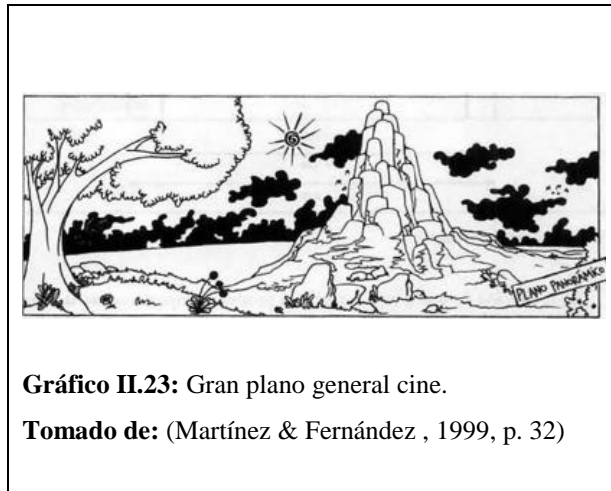
En el marco del encuadre nos asomamos a una construcción de la realidad, nunca a la realidad misma.

Se llama encuadre a la selección de la realidad que realiza el fotógrafo o el operador de cámara. Según la situación en que se coloque la cámara, distancia o ángulo de mira, la selección realizada, es decir, el encuadre, puede variar sustancialmente la visión de la realidad. (W.White, 2002)

2.9.3 PLANOS.

Un plano es la superficie visual en la que un fragmento de la realidad se presenta dentro de los límites de un escuadre.

Gran plano general: Muestra la situación donde se desarrolla la acción. La figura de la persona está ausente o apenas se observa. (Martínez & Fernández , 1999, p. 32)



Plano de conjunto: Reduce el campo visual y encierra a los personajes en una zona más restringida . Hay algunas figuras humanas. Este tipo de plano admite situar al personaje en su ambiente. (Bruce, 2008, p. 56)



Gráfico II.24: Plano conjunto cine.

Tomado de: (Bruce, 2008, p. 56)

Plano entero : Captura a la personas entera. La imagen de la persona aparece de arriba abajo en la escena. Es el plano perfecto para narrar las acciones físicas. (Bruce, 2008)



Gráfico II.25: Plano entero cine.

Tomado de: (Bruce, 2008, p. 100)

Plano general :Nos permite observar una visión del conjunto de un escenario. La persona ocupa un tercio de la toma. Lo demás es escenario. (Martínez & Fernández , 1999, p. 33)

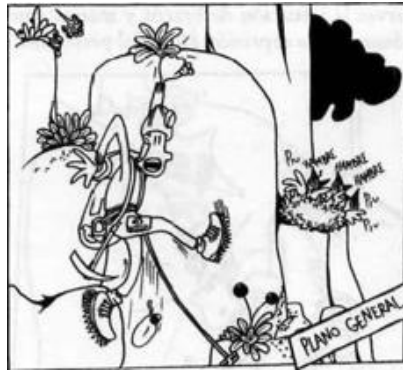


Gráfico II.26: Plano general cine.

Tomado de: (Martínez & Fernández , 1999, p. 33)

Plano de detalle: Se enfoca específicamente a una pequeña parte de la figura humana o un objeto, indica algo de forma muy especial. (Martínez & Fernández , 1999, p. 35)



Gráfico II. 27: Plano de detalle cine.

Tomado de: (Martínez & Fernández , 1999, p. 35)

Primer plano : Enfoca la toma en el rostro de las personas, transmitiendo emociones y sentimientos. Permite percibir el estado sensible del personaje.
(Martínez & Fernández , 1999, p. 34)



Plano americano : La persona está cortada por las rodillas. Nos acercamos al personaje. Enfoca la expresividad del rostro e indica algo del escenario.
(Martínez & Fernández , 1999, p. 33)



Plano medio : Enfoca a las personas desde la cintura. Con esta toma ya se observa algo más de expresión en los personajes. (Martínez & Fernández , 1999, p. 34)

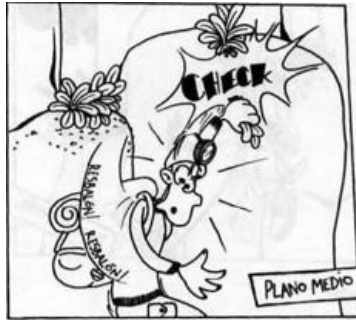


Gráfico II.30: Plano medio cine.

Tomado de : (Martínez & Fernández , 1999, p. 34)

Primerísimo primer plano: La cabeza llena aproximadamente la pantalla. El primerísimo primer plano suele caracterizarse por la desaparición de la parte superior de la cabeza y la fijación del límite inferior en la barbilla del personaje. (Martínez & Fernández , 1999, p. 35)



Gráfico II.31: Primerísimo primer plano.

Tomado de: (Martínez & Fernández , 1999, p. 35)

2.9.4 ÁNGULOS.

Plano en Picado: Cuando la cámara está sobre el objeto, en un cierto ángulo. El objeto está visto desde arriba. Suele emplearse a veces para destacar aspectos psicológicos, de poder, etc. (Martínez & Fernández , 1999, p. 50)

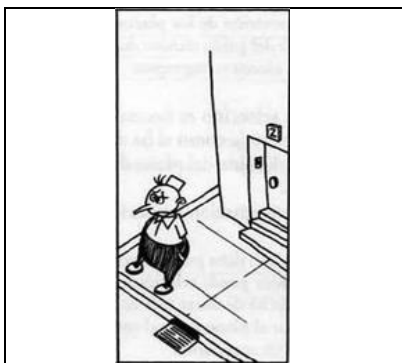


Gráfico II.31: Picado.

Tomado de: (Martínez & Fernández , 1999, p. 50)

Plano en contrapicado: Al contrario que el anterior, la cámara se coloca bajo el objeto, destacando este por su altura. (Martínez & Fernández , 1999, p. 50)



Gráfico II.32: Contrapicado cine.

Tomado de: (Martínez & Fernández , 1999, p. 50)

Normal: Cuando la cámara está en el mismo plano que el objeto. El ángulo de la cámara es paralelo al suelo y se encuentra a la altura de los ojos o, en caso de ser un objeto, a su altura media. (Martínez & Fernández , 1999, p. 50)



Gráfico II.35: Angulo Normal.
Elaborado por: (Martínez & Fernández , 1999, p. 50)

2.10 POSTPRODUCCIÓN.

En esta la última etapa se selecciona el material grabado. Se eligen la toma que servirán para el trabajando de los efectos de sonido y del video, y de la edición y el montaje. El director, el productor y el editor van a ser las personas que estén trabajando en esta última fase de la producción. (Fernández & García, 2010, p. 117)

2.10.1 SOFTWARE PARA LA EDICION DE VIDEO.

Aplicación de software que permiten editar videos digitales en una computadora.

Estas herramientas suelen incluir la posibilidad de cortar y pegar sectores de un video, agregar efectos especiales y transiciones, importantes y exportar videos en distintos formatos, etc.

Para la edición de los videos se utilizan varios programas profesional como son: Adobe Premiere, Cantacia Studio, Sony Vega pro y Final Cut pro.

Adobe Premier.

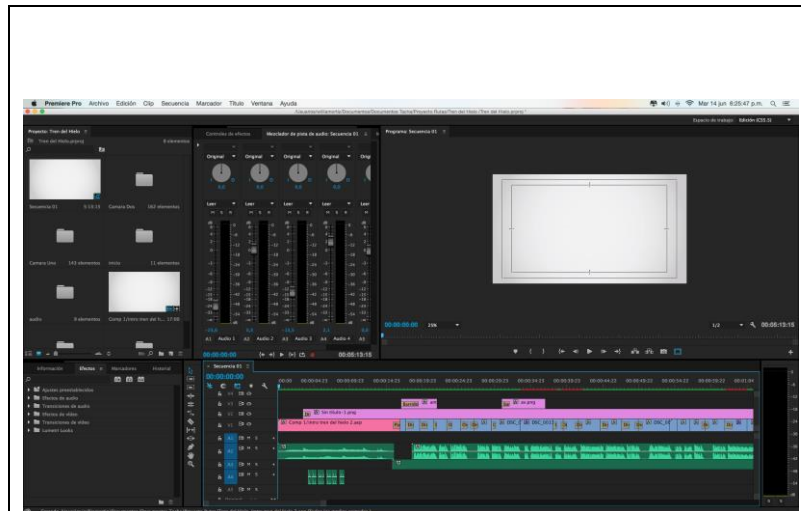
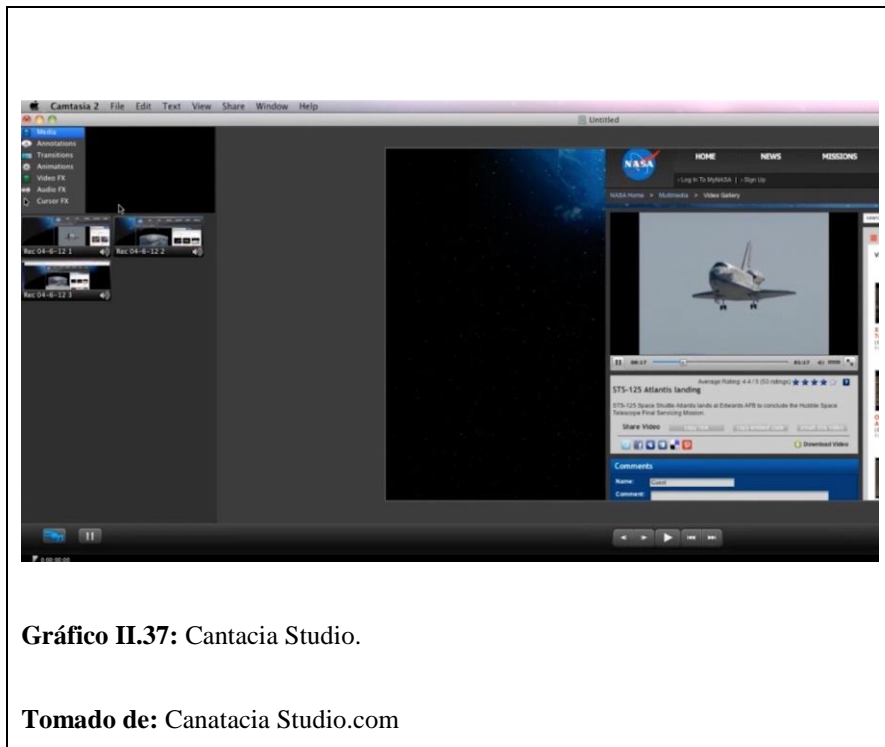


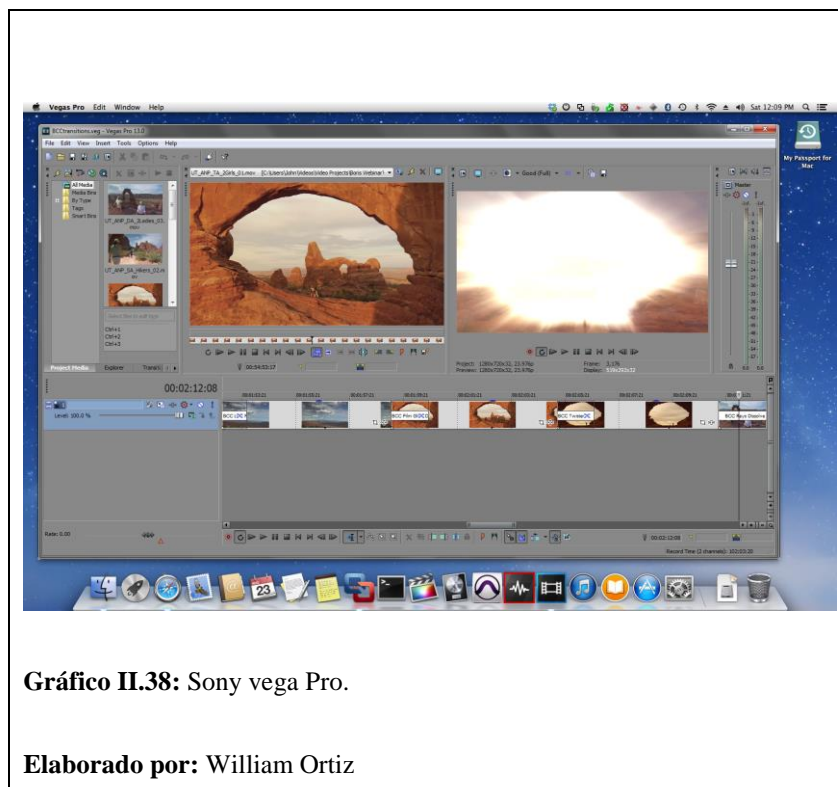
Gráfico IL.36: Adobe Premier Pro.

Elaborado por: William Ortiz.

Cantacia Studio.



Sony vega Pro.



Final Cut Pro.



Gráfico II.39: Final Cut Pro.

Tomado de: AppStore.

2.11 COMPRESIÓN DE VIDEO.

La compresión de video surge de la necesidad de transmitir imágenes a través de un canal que contenga un ancho de banda aceptable. (Zetti, 2000)

2.11.1 FORMATO DE VIDEOS.

Tabla #10. Formatos de video.

Multimedia:	Cda, Swf, Pwp
Video:	Mov, Avi, MPEG, H.264, Fly, Codecs
Animación :	Ani,Anm, avi: GL,MNG, Mov, mp.
Sonido :	AIIF, au, IFF/8SVX, NeXT/Sun, st, VOC.
Música :	Midi, mp3, rttl: Ring Tone, SPC
Internet :	.exe, .html,.htm,.php, .asp.

Fuente: Manual de Producción de Televisión.

Elaborado por: William Ortiz.

2.12 TAMAÑOS DE VIDEO.

Tabla #11. Tamaño de videos.

Formato	Dimensiones (SD) [píxeles] (4:3)	Dimensiones (HD) [píxeles] (16:9)	FPS	Tipo de Archivo	Información adicional
Videos en formato pequeño	320 x 240	320 x 180	25	.flv	Archivo pequeño y de baja calidad para vista previa, codificado para reproducción en Flash 8.
Videos en formato mediano	640 x 480	640 x 360	SD:25 , HD:5 0	.m4v	Codificado para reproducción en QuickTime H.264. Puede ser reproducido con cualquier hardware, incluido el iPod de Apple, o en cualquier programa que lea archivos en formato m4v.
Videos en formato grande	768 x 576	720 x 576	25	.mxf, .avi	MXF (original en HD), DV Tipo 2 (original en SD) Formato anamórfico (se reproduce en pantalla completa en monitores de 16:9)
Alta Definición	No disponible	1280 x 720	25	.m4v	MPEG4 H.264. Apto para Apple TV. Inicio rápido, .m4v

Ultra HD	No disponible	4K Ultra HD 3840 x 2160	25	.mkv	MPEG4 H.265, alta calidad (disponible solamente en casos especiales; reproducción con una version reciente del DivX player)
Fulldome	No disponible	4096 x 4096	30	.avi	Usando el codec Grass Valley HQX dentro de un AVI.

Fuente: European Southern Observatory. (eso.org)

Elaborado por: William Ortiz.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA.

3.1 DISEÑO DEL TRABAJO.

El presente proyecto es de modalidad cual – cualitativa porque se estudió a los actores propios de la empresa sus manejos en las áreas de publicidad y promoción de las rutas, teniendo un enfoque así el turista nacional y extranjero dando énfasis a la información proporcionada por los actores sociales para la realización de dicho proyecto y cuantitativa porque se aplicaron métodos empíricos de recolección de información y su interpretación, se hizo mediante modelos matemáticos medios estadísticos expuestos en tablas gráficos.

3.2 ÁREA DE ESTUDIO.

Tabla #12. Área de estudio.

Campo:	Diseño.
Área:	Posicionamiento.
Aspecto:	Producción Audiovisual.
Delimitación espacial:	Empresa - Ferrocarriles del Ecuador empresa pública.
Provincia:	Tungurahua.
Cantón:	Ambato.
Delimitación temporal:	Junio – Diciembre, 2015.
Unidades de observación:	Marketing y Publicidad.

Elaborado por: William Ortiz.

3.3 MÉTODOS.

La investigación es un paso que, mediante la aplicación del método científico, orienta a conseguir información considerada e indudable, para concebir, comprobar, corregir o emplear el conocimiento.

3.3.1 Método Inductivo.

De la información de los hechos específicos obtenemos proporciones generales utilizamos el método inductivo, que instituye un principio universal una vez realizado el estudio y el análisis del problema de investigación para determinar qué tipo de producción audio visual, solucionara o recolectara la información para obtener la adecuada difusión y promoción de las diferentes rutas de la empresa Tren Ecuador de la ciudad de Ambato, llegando a la conclusión que por medio de una producción Audiovisual tendrá una mayor afluencia de turistas al utilizar los servicios de la empresa.

3.3.2 Método Deductivo.

Fragmento de los datos generales admitidos como legítimos, para concluir por medio de un concepto lógico, varias hipótesis; parte de verdades previamente creadas como principios universales, y luego aplicarlo a casos individuales comprobando así su valides en cuanto al problema establecido. Se concluye que este método concreta el problema y de esta manera fue aplicada al estudio con fines de especificar o precisar la escasa afluencia de turistas nacionales al utilizar los servicios de la empresa Tren Ecuador.

3.4 ENFOQUE.

Exploratoria._

Mediante el presente proyecto de investigación, se intenta comprobar la escasa afluencia de turistas nacionales, que optan por los servicios de la empresa “Tren Ecuador” para lo cual no existen cuantiosos datos estadísticos del porqué del turista al no utilizarlos.

Descriptiva._

Se hace necesario componer fenómeno que se hace en la empresa y además permitirá clasificar eventos y modelos de comportamientos según el investigador.

Además permitirá una medición precisa de las características de las variables y a las que son de interés social.

Explicativo._

Conduce a la formulación de leyes; es un estudio altamente estructurado responde al porque permite descubrir las causas y detectar las facturas que determinan ciertos comportamiento (relación de causalidad). En ciertos casos permite comprobar experimentalmente una hipótesis.

3.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.

Tabla #13. Método recolección de información.

Método recolección de información	
Técnica: Encuesta.	Instrumentos: Cuestionario con preguntas estructuradas.
Técnica: Entrevista.	Instrumentos: Cuestionario con preguntas abiertas.

Elaborado por: William Ortiz.

3.6 PROCEDIMIENTOS PARA OBTENCIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS.

Para el caso de la Población Económicamente Activa justificamos que es la más idónea ya que las rutas y servicio que ofrece la empresa es de un costo no muy accesible para niños, estudiante o personas que no tengo un ingreso monetario, en consideración al elevado número de integrantes se procedió a obtener una muestra representativa para lo cual se aplicó la formula estadística:

Población de Tungurahua: 329.856,00

60,00: %PEA

197913: TOTAL PEA AMBATO

(Instituto Nacional De Estadísticas y Censos, 2010)

Formula:
$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 pQ + Ne^2}$$

n= Tamaño de la muestra.

N= Población 197913.

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (197913)}{(1.96)^2 (0.5) (0.5) + 197913(0.05)^2}$$

e= Error admitido = 0.05

Z= 1.96

$$n = \frac{190,075.6452}{495.7429}$$

P=0.5

$$n = 384.$$

Q= Población de no Ocurrencia 1-0.5=0.5

3.7 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADO.

3.8 OBJETIVO:

General:

- Determinar el grado de conocimiento que tiene la población sobre la empresa pública “Tren Ecuador” en la ciudad de Ambato.

Específico:

- Investigar qué tipo de servicios y rutas que proporciona la empresa, conoce el turista Ambateño.
- Indagar que tipo de canales de difusión a manejado la empresa hacia los turista Ambateño.
- Averiguar qué medio de comunicación es el adecuado para recibir información de las rutas y servicios a la población.

3.9 INTRODUCCIÓN:

Determinar el grado de conocimiento sobre la empresa pública Tren Ecuador en la ciudad de Ambato así como el grado de material informativo Audiovisual.

Pregunta 1. Acerca de la empresa “tren ecuador” en la ciudad de Ambato ¿podría decir usted que su conocimiento es?

Tabla #14. Acerca de la empresa “tren ecuador” en la ciudad de Ambato ¿podría decir usted que su conocimiento es?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Alto	18	5%
Medio	147	38%
Bajo	128	33%
No conoce	91	24%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta Población Económicamente Activa.

Elaborado por: William Ortiz.

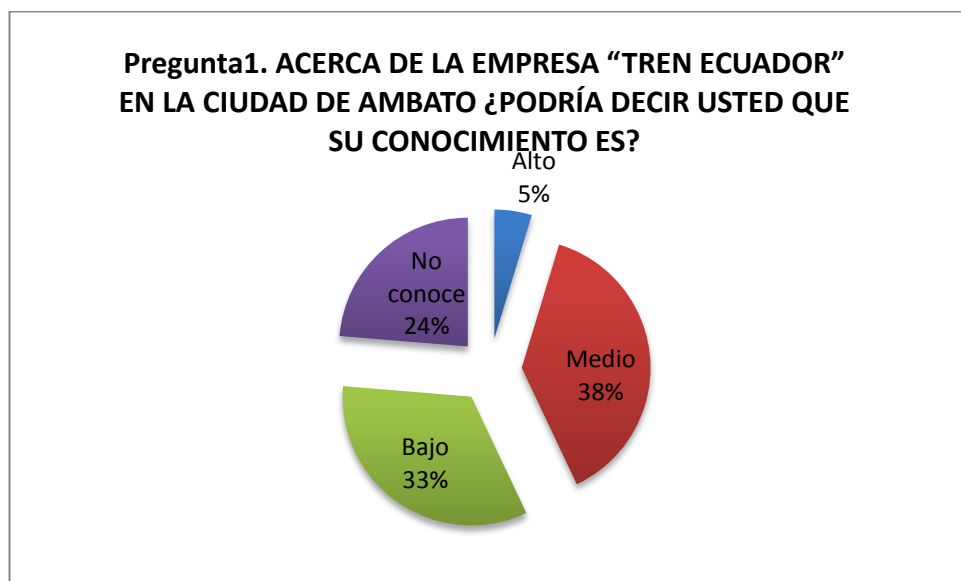


Gráfico III.40: Pregunta1.

Fuente: Tabla #14 Acerca de la empresa “tren ecuador” en la ciudad de Ambato ¿podría decir usted que su conocimiento es?

Elaborado por: William Ortiz

Análisis:

Para primera pregunta tenemos un porcentaje de 38% encuestados dice que su conocimiento es medio sobre la empresa pública “Tren Ecuador” en la ciudad de Ambato, seguido del 33% de encuestados que su conocimiento es bajo, frente a un 24% de personas que no conocen sobre la empresa y un 5% de encuestados que su conocimiento es alto.

Pregunta 2. ¿Acerca de los servicios que proporciona empresa “Tren Ecuador” en la ciudad de Ambato cuál de estos usted conoce?

Tabla #15 ¿Acerca de los servicios que proporciona empresa “Tren Ecuador” en la ciudad de Ambato cuál de estos usted conoce?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Café del Tren	58	15%
Ruta del Tren	93	24%
Plaza Artesanal del Tren	24	6%
Museo del Tren	18	5%
Tienda del Tren	14	4%
Refugio del Tren	12	3%
Ninguno	165	43%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta Población Económicamente Activa.

Elaborado por: William Ortiz.

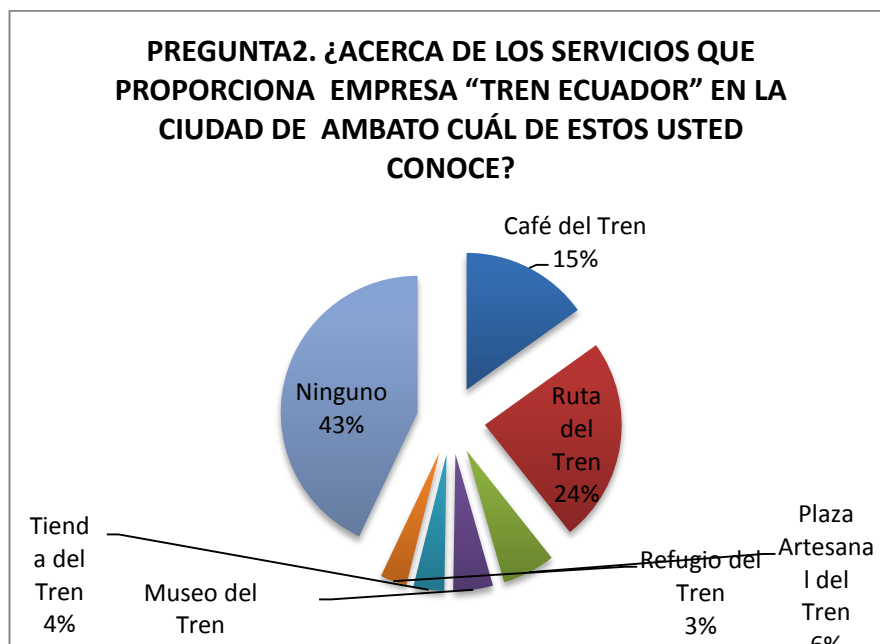


Gráfico III.41: Preguntar 2.

Fuente: Tabla #15 ¿Acerca de los servicios que proporciona empresa “Tren Ecuador” en la ciudad de Ambato cuál de estos usted conoce?

Elaborado por: William Ortiz

Análisis:

Para esta segunda pregunta, mediante los datos obtenidos gracias a la encuesta, tenemos un porcentaje del 43% de encuestados que no conocen ningún servicio de la empresa pública “Tren Ecuador” en la ciudad de Ambato, un 24% utilizan los servicios de las rutas del tren y 15% los servicios de café del tren, un considerable porcentaje del 6% de los encuestados la plaza artesanal del tren, en cuanto un 5%, 4% y 3% utilizan los servicios de museo, tienda y refugio del tren.

Pregunta 3. ¿De las rutas turísticas que ofrece la empresa “Tren Ecuador” en la zona 3 (Cotopaxi, Tungurahua, Pastaza y Chimborazo) de cual tiene conocimiento?

Tabla #16 ¿De las rutas turísticas que ofrece la empresa “Tren Ecuador” en la zona 3 (Cotopaxi, Tungurahua, Pastaza y Chimborazo) de cual tiene conocimiento?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Ambato – Urbina – Cevallos – Ambato	96	25%
Riobamba – Urbina – Riobamba	27	7%
Riobamba – Colta – Riobamba	32	8%
Alausí – Sibambe – Alausí - (Nariz del diablo)	107	28%
Ninguna	122	32%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta Población Económicamente Activa.

Elaborado por: William Ortiz.

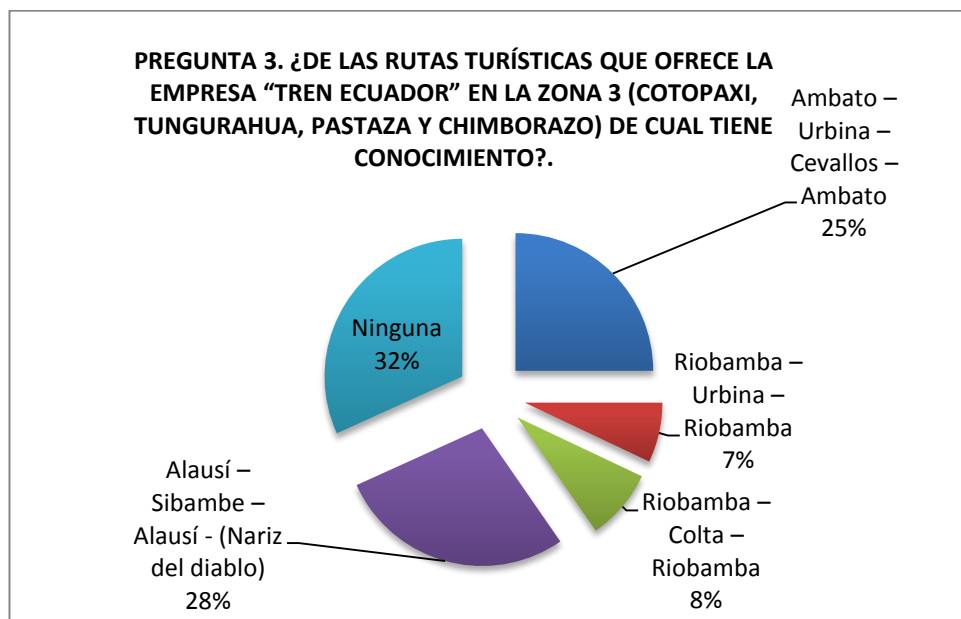


Gráfico III.42: Pregunt3.

Fuente: Tabla #16 ¿De las rutas turísticas que ofrece la empresa “Tren Ecuador” en la zona 3 (Cotopaxi, Tungurahua, Pastaza y Chimborazo) de cual tiene conocimiento?

Elaborado por: William Ortiz

Análisis:

En esta tercera pregunta, se observa claramente que el 31% de los encuestados no tiene ningún conocimiento sobre las rutas que ofrece la empresa pública “Tren Ecuador” en la zona 3 del país, en cambio tenemos un porcentaje casi parejo entre: las rutas de Ambato – Urbina – Cevallos – Ambato y Alausí – Sibambe – Alausí - (Nariz del diablo) , siendo la ruta Alausí – Sibambe – Alausí - (Nariz del diablo) con un 28%, seguido de la ruta Ambato – Urbina – Cevallos – Ambato con un 25% de los encuestados que tiene conocimiento sobre dichas rutas y las rutas de Riobamba – Urbina – Riobamba y Riobamba – Colta – Riobamba obtiene un menor porcentaje de conocimiento de las rutas con 7% y 8% de los encuestados.

Pregunta 4. ¿Ha viajado usted en alguna ruta que ofrece la empresa “Tren Ecuador” en la ciudad de Ambato?

Tabla #17 ¿Ha viajado usted en alguna ruta que ofrece la empresa “Tren Ecuador” en la ciudad de Ambato?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	106	28%
No	278	72%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta Población Económicamente Activa.

Elaborado por: William Ortiz.

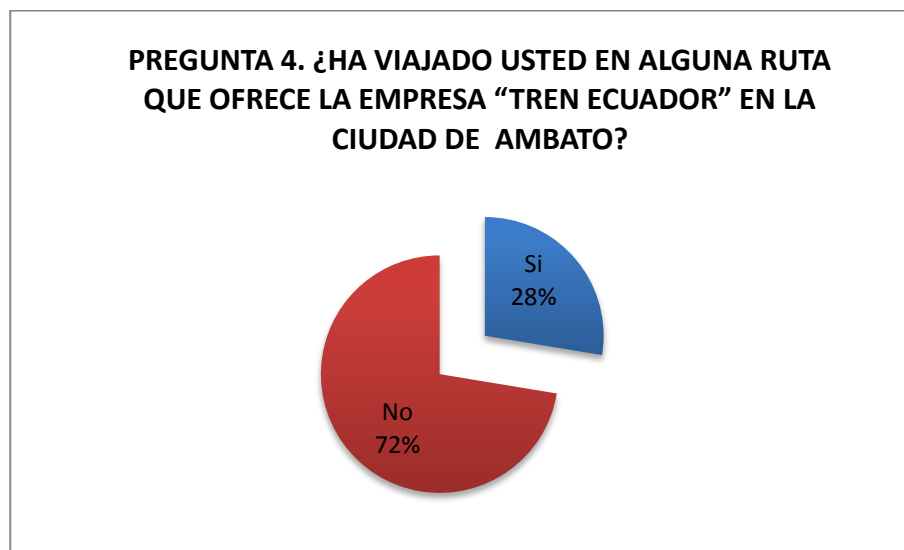


Gráfico III.43: Pregunta 4.

Fuente: Tabla #17 ¿Ha viajado usted en alguna ruta que ofrece la empresa “Tren Ecuador” en la ciudad de Ambato?

Elaborado por: William Ortiz

Análisis:

En esta cuarta pregunta mediante los resultados obtenidos gracias a las encuestas se puede apreciar que un 72% de encuestados no han viajado a ninguna ruta que ofrece la empresa pública “Tren Ecuador” en la ciudad de Ambato, frente a un 28% de los encuestados que si han viajado alguna ruta.

Pregunta 5. ¿De los siguientes canales de comunicación señale mediante el cual ha recibido información de la empresa pública “Tren Ecuador”?

Tabla #18 ¿De los siguientes canales de comunicación señale mediante el cual ha recibido información de la empresa pública “Tren Ecuador”?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Radio y Tv	76	20%
Prensa	21	6%
Internet	55	14%
Redes sociales	34	9%
Boca a Boca	67	17%
Publicidad impresa	18	5%
Ninguno	113	29%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta Población Económicamente Activa.

Elaborado por: William Ortiz.

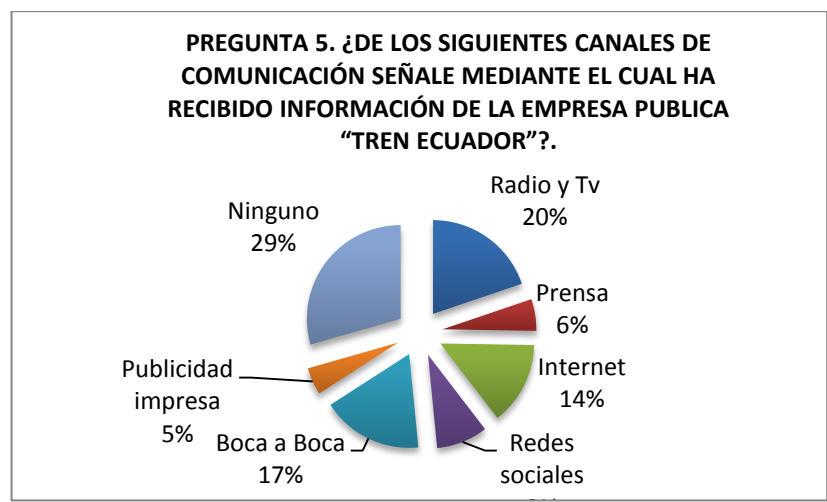


Gráfico III.44: Pregunta 5.

Fuente: Tabla #18 ¿De los siguientes canales de comunicación señale mediante el cual ha recibido información de la empresa pública “Tren Ecuador”?

Elaborado por: William Ortiz

Análisis:

En la pregunta 5, los datos revelados por la encuesta arrojan que un 29% de las personas no recibe información de ningún medio de comunicación, un 20% afirma que del medio de comunicación que más información recibes es de la radio y TV, seguido del boca a boca con un 17%, en los medios de comunicación como internet y redes sociales los encuestados afirman que el 14% es de internet y el 9% de redes social, por último la prensa con 6% y la publicidad impresa con un 5% los encuestados indica que recibe información de dichos medios.

Pregunta 6. ¿Te gustaría recibir información acerca de la empresa pública “Tren Ecuador” para poder utilizar el servicio que ofrece?.

Tabla #19 ¿Te gustaría recibir información acerca de la empresa pública “Tren Ecuador” para poder utilizar el servicio que ofrece?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	343	89%
No	41	11%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta Población Económicamente Activa.

Elaborado por: William Ortiz.

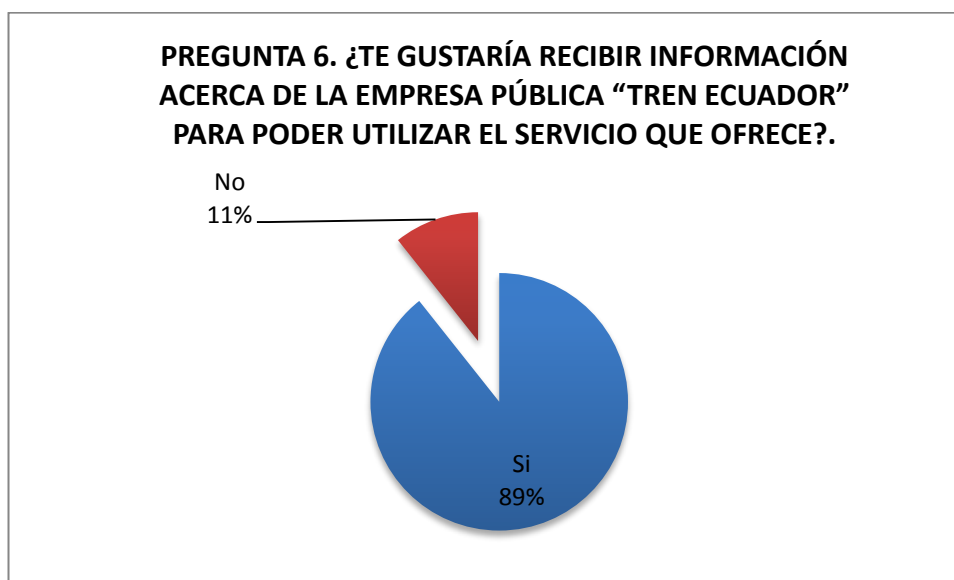


Gráfico III.45: Pregunta 6.

Fuente: Tabla #19 ¿Te gustaría recibir información acerca de la empresa pública “Tren Ecuador” para poder utilizar el servicio que ofrece?.

Elaborado por: William Ortiz.

Análisis:

Mediante los datos obtenidos por la encuesta, se considera que un 89% de encuestados si desea obtener información acerca de la empresa pública “Tren Ecuador” para poder utilizar el servicio que ofrece, y un 11% no desea recibir ninguna información.

Pregunta 7. ¿Por cuáles de los siguientes medios le gustaría recibir información acerca de los servicios que ofrece la empresa pública “Tren Ecuador”?

Tabla #20 ¿Por cuáles de los siguientes medios le gustaría recibir información acerca de los servicios que ofrece la empresa pública “Tren Ecuador”?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
TV	76	20%
Radio	28	7%
Prensa	37	10%
Internet	66	17%
Redes sociales	87	23%
Boca a Boca	13	3%
Publicidad impresa	54	14%
Otros	23	6%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta Población Económicamente Activa.

Elaborado por: William Ortiz.

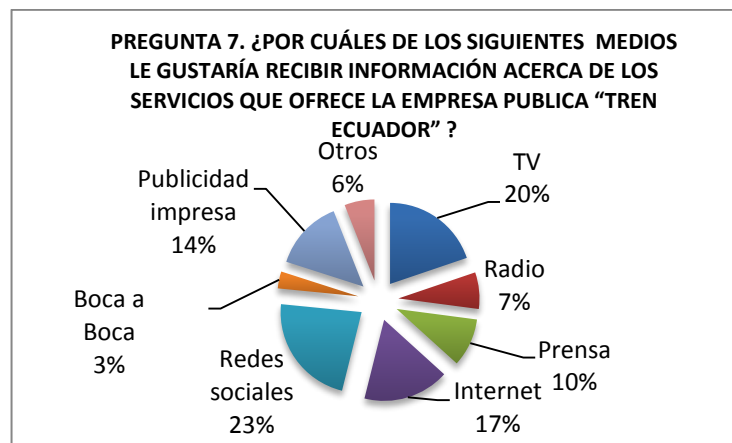


Gráfico III.46: Pregunta 7.

Fuente: Tabla #20 ¿Por cuáles de los siguientes medios le gustaría recibir información acerca de los servicios que ofrece la empresa pública “Tren Ecuador”?

Elaborado por: William Ortiz

Análisis:

Los datos revelados por la encuesta arrojan que un 23% de las personas desean recibir información de los servicios que ofrece la empresa pública “Tren Ecuador” por medio de las redes sociales, el otro 20% le gustaría recibir información mediante la TV, un 17% del internet, seguido de un 14% de encuestados requieren información impresa, frente a un 10% y 7% apetecen información por medio de prensa y radio, una minoría del 6% de encuestado prefieren otros medios de información como emails, finalizando con un 3% de personas prefieren boca a boca.

Pregunta 8. ¿De qué manera le gustaría tener mayor conocimiento de las rutas que ofrece la empresa “Tren Ecuador”?

Tabla #21 ¿De qué manera le gustaría tener mayor conocimiento de las rutas que ofrece la empresa “Tren Ecuador”?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
TV	88	23%
Radio	25	7%
Prensa	23	6%
Internet	92	24%
Redes sociales	95	25%
Boca a Boca	4	1%
Publicidad impresa	44	11%
Otros	13	3%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta Población Económicamente Activa.

Elaborado por: William Ortiz.

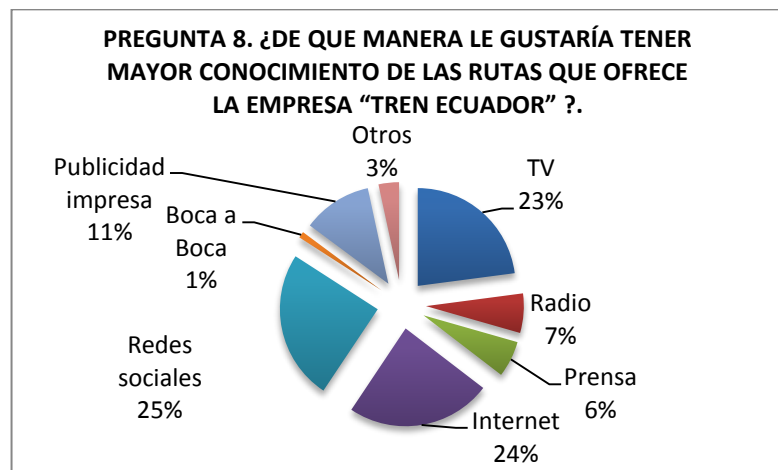


Gráfico III.47: Pregunta 8.

Fuente: Tabla #21 ¿De qué manera le gustaría tener mayor conocimiento de las rutas que ofrece la empresa “Tren Ecuador”?

Análisis:

En esta octava pregunta, existe una aproximadamente triple igualdad entre: redes sociales con 25%, internet 24% y TV con 23% de los encuestados apetecen tener mayor conocimiento de las rutas mediante estos medios, en cambio un 11% de personas anhela conocer mediante publicidad impresa, frente a un 7% y 6% de encuestados desean conocer mediante radio y prensa, con un 3% que pretende otros medio para conocer las rutas como emails, finalizando con un 1% espera boca a boca.

Pregunta 9. ¿Qué medio Audio visual considera usted que sería el mejor para promocionar las rutas del tren que ofrece la empresa pública “Tren Ecuador” en la ciudad de Ambato?

Tabla #22 ¿De qué manera le gustaría tener mayor conocimiento de las rutas que ofrece la empresa “Tren Ecuador”?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Cortometrajes	67	17%
Documentales	78	20%
Video clips	53	14%
Videos corporativos	14	4%
Video informativos	92	24%
Reportaje	80	21%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta Población Económicamente Activa.

Elaborado por: William Ortiz.

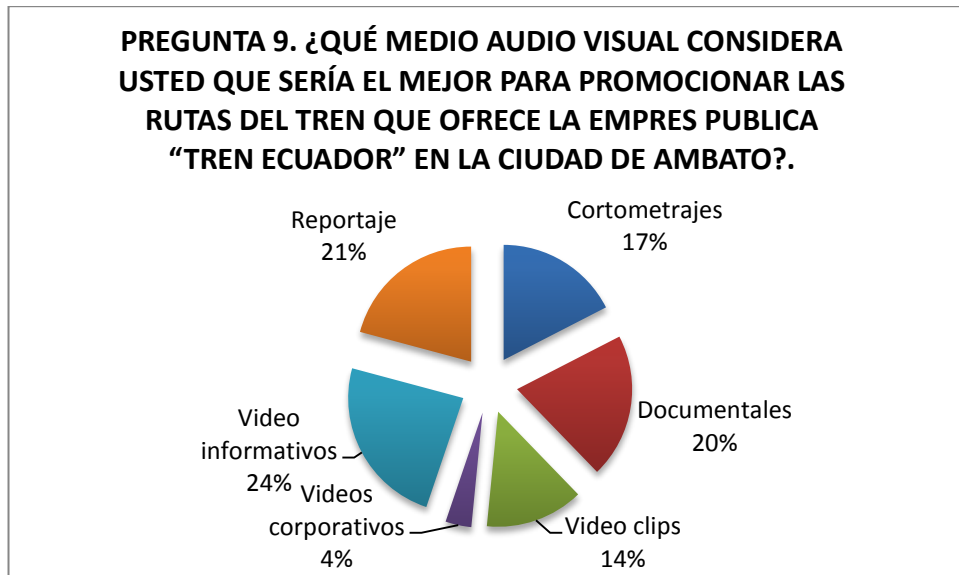


Gráfico III.48: Pregunta 9.

Fuente: Tabla #22 ¿De qué manera le gustaría tener mayor conocimiento de las rutas que ofrece la empresa “Tren Ecuador”?

Elaborado por: William Ortiz

Análisis:

Para esta novena pregunta tenemos un 24% de encuestados expresa que la mejor manera de promocionar las rutas que ofrece la empresa pública “Tren Ecuador” en la ciudad de Ambato es realizando un video informativo, seguida con un 21% que prefiere un video reportaje, un 20% considera un video documental, se considera que un 17% de las personas optan por un cortometraje, cierto grupo apetece un video clips como promoción y una minoría del 4% de encuestados esperan un video corporativo

Pregunta 10. ¿Ha observado Ud. algún video, cortometraje, documental, etc. acerca de las rutas que ofrece la empresa “Tren Ecuador”?

Tabla #23 ¿Ha observado Ud. algún video, cortometraje, documental, etc. acerca de las rutas que ofrece la empresa “Tren Ecuador”?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	129	34%
No	255	66%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta Población Económicamente Activa.

Elaborado por: William Ortiz.

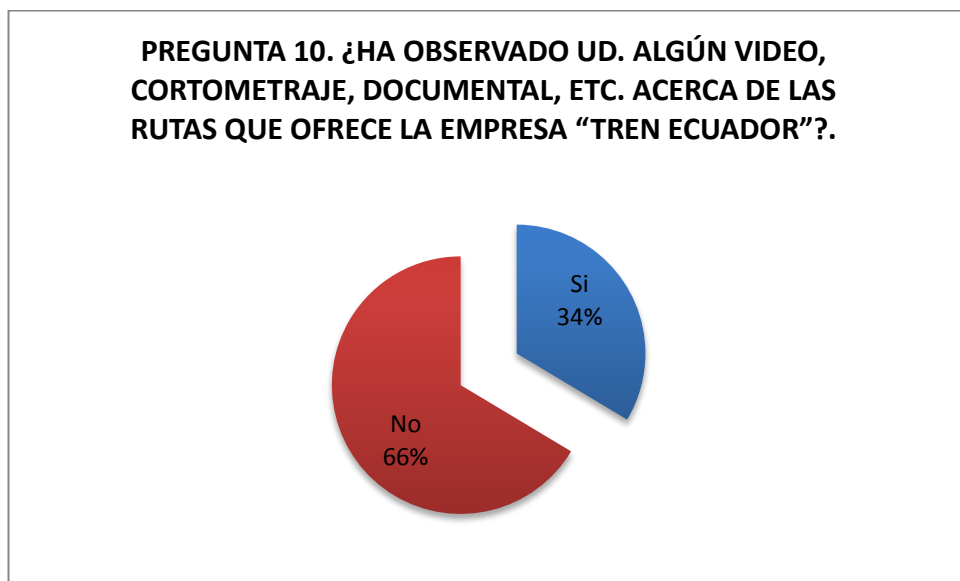


Gráfico III.49: Pregunta 10.

Fuente: Tabla #23 ¿Ha observado Ud. algún video, cortometraje, documental, etc. acerca de las rutas que ofrece la empresa “Tren Ecuador”?

Elaborado por: William Ortiz.

Análisis:

Mediante los datos obtenidos por la última pregunta, se considera que un 66% de encuestados no ha observado ningún video, cortometraje, documental, etc. acerca de las rutas que ofrece la empresa “Tren Ecuador”?, y un 34% si ha observado algún video.

3.11 ANÁLISIS ENCUESTAS.

La presente encuesta realizada a la población económicamente activos de la ciudad de Ambato recolecto datos importantes para la realización del proyecto de grado. Tales datos arrojan que la mayoría de la población tiene un conocimiento bajo o casi no conocer sobre la empresa pública “Tren Ecuador” en la ciudad de Ambato.

Para los servicios que la empresa pública “Tren Ecuador” ofrece en la ciudad de Ambato, no son utilizados existiendo una minoría de la población que han ocupado los servicios de rutas y café del tren, llegando aproximadamente a no utilizar los demás servicios.

Acerca de las rutas que ofrece la empresa pública “Tren Ecuador” en la zona 3, la mayoría de la población no tiene conocimiento alguno, un escaso grupo de la población tiene conocimiento sobre la ruta que se brinda en la ciudad de Ambato: Ambato – Urbina – Cevallos – Ambato, seguida de la ruta Alausí – Sibambe – Alausí - (Nariz del diablo) llegando a ser la más promocionada y popular en el Ecuador, con las rutas Riobamba – Urbina – Riobamba y Riobamba – Colta – Riobamba casi no se tiene conocimiento pese a ser rutas muy cercanas a la ciudad de Ambato.

Los ciudadanos de Ambato en los datos obtenidos por las encuestas expresa que una población mayoritaria no ha viajado a ninguna ruta que ofrece la empresa pública “Tren Ecuador”, llegando a obtener una inferioridad de habitantes que si han viajado.

La ciudadanía de Ambato expresa no recibir información de ningún medio de comunicación por parte de la empresa pública “Tren Ecuador”, un escaso grupo de la población afirma recibir información por parte de la radio y TV, acompañado de la experiencia de viaje de otra persona.

Se considera que la población de Ambato está dispuesta a recibir información acerca de la empresa pública “Tren Ecuador” para llegar a utilizar los servicios que ofrece.

Los servicios que ofrece la empresa pública “Tren Ecuador” en la ciudad de Ambato, la población expresa que la mejor manera de obtener información de dichos servicios es mediante el internet lo que engloba a las redes sociales, con un pequeño grupo obtener información por medio de la TV y otros medios.

En lo que se refiere a los Audio Visuales los encuestados menciona que la mejor manera de promocionar las rutas que ofrece la empresa “Tren Ecuador” en la ciudad de Ambato es mediante la realización de un video informativo, colocando como opción un video reportaje o documental.

La localidad de Ambato alude que no ha observado ningún video, cortometraje, documental, etc. acerca de las rutas que ofrece la empresa “Tren Ecuador”, con una minoría que si observo alguna vez un video.

3.12 ANÁLISIS ENTREVISTA.

Tipo de rutas que maneja la agencia.

En la entrevista que se realizó a la Ing. Fernanda Burbano ejecutiva de ventas de la agencia de viajes Metropolitan Touring supo mencionarnos que el tipo de rutas del Tren que se operan en la agencia de viajes son las ruta de la Nariz del Diablo, la ruta de Ambato - Urbina y la del Boliche, sin embargo señalo que la ruta del boliche esta cancelada debido al problema que tenemos con el volcán Cotopaxi.

En la agencia de viajes Premium Travel conversamos con la Ing. Viviana Ortiz gerente general de la agencia sus rutas que manejas son las ruta de la Nariz del Diablo, la ruta de Ambato – Urbina, de Riobamba – Urbina y la del Boliche, por el momento.

En cambio la agencia de viaje Darvitur la encargada del turismo receptivo Ing. Eliza Mason supo declarar que el tipo de rutas que se maneja principalmente en la agencia de viajes son dos: la ruta de la Nariz del Diablo y la ruta del Hielo que sale de la ciudad de Ambato.

Mayores consumidores de los servicios y productos de la empresa “Tren Ecuador”

Según datos de la agencia de viaje Metropolitan Touring, indican que los mayores consumidores de los servicios de dichos paquetes, son las familias y las personas de la tercera edad, la razón se debe a que las personas mayores, que asisten a los talleres de jubilado del IESS, viajan una vez al mes a diferentes lugares por turismo.

La Ing. Viviana Ortiz gerente de Premium Travel nos indicó que los mayores consumidores de los servicios en lo que es la Nariz del Diablo tiene una mayor afluencia las personas de la tercera edad ya que es una ruta que tiene historia y es por eso que ha sido conocida a nivel mundial.

En los que se refiere a los datos de Darvitur los mayores consumidores de los servicios en general son Ecuatorianos migrantes que regresan a su país y viajan con sus familias, seguido por las personas de la tercera edad.

Convenios con la empresa pública “Tren Ecuador”.

La representante de la empresa Metropolitan Touring manifestó que no hay ningún convenio, solo contacto por parte del ejecutivo de ventas de la agencia quien efectúa las reservas de los espacios del tren.

La agencia Premium Travel supo manifestar que ninguna agencia de viajes tiene convenio con la empresa Ferrocarriles del Ecuador, ya que es una empresa pública la cual no hace convenio con ninguna agencia. La agencia posee un ejecutivo de ventas que se encarga de la información de las reservas de los espacios del tren.

Darvitur es la única agencia que tiene convenio con la empresa pública Tren Ecuador debido a su posicionamiento como agencia en la ciudad de Ambato y años de trayectoria.

Información complementaria.

En las agencias de viajes supieron informarnos que la empresa pública “Tren Ecuador” de la ciudad de Ambato, no está manejando ninguna publicidad para ofrecer sus servicios y existe una escasa cantidad de personas al utilizarlos. La empresa está pasando por un gran inconveniente, las rutas que se manejan en la ciudad los días jueves, viernes, sábado y domingos, el único día que existe una cantidad moderada de personas para utilizar las rutas son los días sábado, los demás días hay ausencia de personas que quieran viajar. En la ruta Ambato-Urbina-Ceballos-Ambato surge otra problemática los turistas que retornan de Urbina a Ceballos no deciden visitarlo, a cambio para en diferentes provincias del sector más turísticas, ya que Ceballos no está creando más fuentes de turismo e innovación.

CONCLUSIONES.

Después del análisis de las encuestas podemos concluir que la empresa pública Tren Ecuador de la ciudad de Ambato atraviesa déficit de comunicación hacia la población, ya que la investigación que se realizó, muestra algunas fallas en esa área. Otra falencia que se analizó, es la escasa información que tiene los ciudadanos acerca de los servicios que ofrece la empresa.

En un análisis a la población, mostró que existe una disposición positiva de recibir información por cualquier medio audio visual, considerando incluso utilizar con mayor frecuencia los servicios.

Otra área importante es la no existencia de convenios con instituciones públicas y privadas tale como: instituciones educativas y agencias de viajes por ser en si una empresa pública, por lo cual es necesario generar acuerdos con las instituciones antes mencionadas, para tener mayor afluencia de turistas no solo extranjeros si no también nacionales .

La investigación nos permitió tener un mayor conocimiento de lo que sucede en la empresa, lo cual llegamos a proponer la producción de un video informativo ya que este tipo de producción maneja una comunicación directa, simple, e informa lo necesario, lo que producirá en la ciudadanía un mayor interés, curiosidad, una búsqueda para conocer las rutas y los servicios que ofrece la empresa pública Tren Ecuador.

RECOMENDACIONES.

El presente estudio se a echo para diagnosticar por medio de agentes externos que es lo que sucede sería recomendable que la investigación realizada se tome el estudio como bases para implemento de su comunicación.

Se propone que la empresa pública Tren Ecuador gestione una mayor información en las rutas menos conocidas para los habitantes de las provincias de Tungurahua y Chimborazo, ya que ellos son los más cercanas a utilizar los servicios de la empresa.

Se recomienda que el video informativo sea difundió de forma permanentemente en los canales de difusión de la empresa para que así, se dé a conocer sus servicios a la ciudadanía y lograr posicionamiento como un referente turístico para el país y la ciudad.

CAPÍTULO IV

4. PROPUESTA.

4.1 TITULO DE LA PROPUESTA.

Producción de un Video Informativo para promocionar los servicios de la empresa pública “Tren Ecuador” en la ciudad de Ambato.

4.2 DATOS INFORMATIVOS.

Institución: Ferrocarriles del Ecuador.

Provincia: Tungurahua.

Cantón: Ambato.

Dirección: Av. Colombia y Chile.

Teléfono: 1800 TRENES (873637).

4.3 ANTECEDENTES.

A los finales del siglo diecinueve y comienzos del veinte, un presidente visionara llamado Eloy Alfaro, se propuso construir un ferrocarril que uniría la costa con la sierra, utilizado no solo para el traslado de personas sino también de productos que permitían agilizar el comercio entre los pueblos.

En 1906 llega el tren a la ciudad de Ambato.

Lastimosa mente el ferrocarril llega a su decadencia en 1975 por su competencia con el transporte de carretera y falta de interés de los gobiernos.

En 1992 un intento por recuperar el Ferrocarril en el gobierno de Rodrigo Borja se compraron locomotoras diésel-eléctricas, sin lograr su cometido.

Para 1993 varias de sus tramos se llegan a perder por el abandono de las vías y los desastres naturales.

1 de abril de 2008, el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) declara como Patrimonio Cultural del Estado a la Red Ferroviaria del Ecuador. En este año inicia el proceso de rehabilitación del Ferrocarril Ecuatoriano como un proyecto emblemático del gobierno del Eco. Rafael Correa Delgado.

4.4 JUSTIFICACIÓN.

Después de realizar la investigación se ha obtenido datos que muestran el desconocimiento de la ciudadanía de las rutas y los servicios que presta la empresa “Tren Ecuador” en la ciudad de Ambato.

Por lo mismo siendo que es una empresa estatal que recibe fondos públicos, y la existencia de un desaprovechamiento y poco beneficio por parte de los turistas nacionales, que optan por los servicios de la empresa.

Para ello la producción de un video informativo, servirá como una estrategia de promoción que ayudara a la ciudadanía a tener un mayor conocimiento sobre la empresa.

4.5 OBJETIVOS.

Objetivo general:

- Dar a conocer a la sociedad Ambateña, los servicios y rutas que ofrece la empresa pública “Tren Ecuador” a través de la producción Audiovisual.

Objetivo específico:

- Posicionar a la empresa como uno de los referentes turísticos del Cantón Ambato.
- Incentivar a la ciudadanía a visitar la empresa a través de la estrategia de promoción audiovisual.
- Informar al turista la historia, los servicios y rutas que maneja la empresa pública “Tren Ecuador” en la ciudad de Ambato.

4.6 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD.

Para realizar estas propuestas es necesario la investigación de informativo, la colaboración de la empresa, el tiempo necesario para la búsqueda de resultados y el conocimiento necesario de diseño gráfico, producción, post producción, edición, creación de guion y animación para la realización de dicha propuesta. Todo esto es autofinanciado y realizado, lo cual hace factible la producción de un video informativo.

La tecnología e innovación de este proyecto, es fundamental ya que mediante la utilización de herramientas Audiovisuales, se busca dar un enfoque de tecnológico a la empresa mediante la utilización de equipos como:

Tabla #24 Herramientas Audiovisuales.

Cámaras	Paquete de Adobe Systems
Trípodes	Transporte.
Computadora	Dinero.
Micrófonos	Estudio de Audio.

Elaborado por: William Ortiz

4.7 ESCALETA.

Tabla #25 Escaleta.

Historia del Tren.

No	Tema	Recursos viduales o de audio	Tiempo
1	Historia del tren	Breve historia desde sus inicios, su reparación y como es en la actualidad.	2:07

Ruta: Riobamba – Alausí.

No	Tema	Recursos viduales o de audio	Tiempo
1	Intro		0:15
2	Estación de Riobamba	Toma genera de la estación del tren	0:30
3	Tren	Toma genera del tren	0:45
4	Servicios	Toma de cada servicio que ofrecen en la estación del tren (cafetería, punto de venta, tienda de la estación).	1:10
5	Tren Interior	Toma del interior del tren.	1:25
6	Cafetería Tren	Toma de la cafetería del tren	1:35
7	Paisaje	Toma del paisaje y su recorrido	1:45
8	Colta	Tomas de la iglesia y de los alrededores de Colta	2:00
9	Salida de	Tomas de la salida de la estación de Colta y su	2:10

	Colta	paisaje.	
10	Refrigerio	Tomas de las personas sirviéndose el refrigerio.	2:20
11	Guamote	Toma de la llegada a Guamote.	3:10
12	Museo	Tomas del recorrido y de las actividades	3:30
13	Salida de Guamote	Toma de la salida de Guamote	3:40
14	Paisaje Llegada	Tomas del paisaje a la llegada a Alausi	3:50
15	Alausi	Tomas de la ciudad y la llegada del tren	4:00
16	Llegada Alausí	Toma de la llegada a la estación y de los pasajeros bajándose.	4:10

Ruta : Alausí – Sibambe – Alausí.

No	Tema	Recursos visuales o de audio	Tiempo
1	Intro		0:15
2	Ciudad de Alausi	Una toma panorámica de toda la ciudad de Alausi	0:30
3	Estación de Alausi	Toma genera de la estación del tren	0:45
4	Servicios	Toma de cada servicio que ofrecen en la estación del tren (cafetería, punto de venta, tienda de la estación).	1:00
5	Auto Ferro	Toma de auto ferro como llega a la estación	1:10
6	Check in	Toma de la revisión de los boletos	1:15
7	Abordando	Toma delos pasajeros abordado el tren	1:20
8	Interior auto ferro	Tomas del interior del auto ferro y pasajeros	1:35
9	Ciudad	Tomas de la ciudad desde el auto ferro	1:45

10	Guía	Tomas de la guía y sus explicación	2:00
11	Ciudad	Mas tomas de la ciudad	2:10
12	Sibambe	Toma del Mirador de Sibambe	2:25
13	Llegada Sibambe	Tomas de la llegada a Sibambe	2:30
14	City tour	Presentación cultural, Visita Museo Cóndor Puñuna, Actividades (Café del Tren)	3:00
15	Salida	Toma de la salida del auto ferro	3:05
16	Alausi	Tomas de la llegada a la ciudad de Alausi	3:15

Ruta: Ambato-Mocha-Urbina-Ceballos-Ambato.

N o	Tema	Recursos viduales o de audio	Tiempo
1	Intro		00:15
2	Ciudad de Ambato	Una toma panorámica de toda la ciudad de Ambato	00:30
3	Estación de Ambato	Toma genera de la estación del tren	0:45
4	Servicios	Toma de cada servicio que ofrecen en la estación del tren(cafetería, punto de venta, tienda de la estación).	1:00
5	Auto Ferro	Toma de auto ferro como llega a la estación	1:10
6	Interior auto ferro	Tomas del interior del auto ferro y pasajeros	1:20
7	Ciudad	Tomas de la ciudad desde el auto ferro	1:30
8	Guía	Tomas de la guía y sus explicación	1:50
9	Ciudad	Mas tomas de la ciudad	2:00
10	Mocha	Toma de la llegada a Mocha	2:05

11	Mocha Ciudad	Tomas de la ciudad de mocha	2:20
12	Salida	Toma de la salida del auto ferro de Mocha	2:25
13	Urbina	Tomas de la llegada a Urbina	2:35
14	Servicios	Toma de los diferentes servicios que ofrece Urbina(cafetería, hostel, tienda, actividades turística)	2:55
15	Salida	Toma de la salida del auto ferro de Urbina	3:00
16	Ceballos	Toma de la llegada a Ceballos, City tour, visita a emprendimientos, del almuerzo y actividades.	4:00
17	Salida	Toma de la salida del auto ferro de Ceballos	4:30
18	Ambato	Tomas de la llegada a la ciudad de Ambato.	5:00

Fuente: Base del Cine -01 Producción.

Elaborado por: William Ortiz

4.8 GUIÓN.

Tabla #26 Guión.

Agencia:	Universidad IndoAmérica	Escritor:	William Ortiz
Cliente:	Ferrocarriles del Ecuador	Productor:	William Ortiz
Proyecto:		Director:	William Ortiz
Título:	Rutas y servicios Tren Ecuador.	Art Director:	William Ortiz
Tema:	Promoción Turística.	Calidad:	Full HD
Ruta:	Tren del hielo 2	Contactar:	Miñarica 2
Duración:	5 min	Borrador:	Número 3

Video	Audio
Amanecer de la ciudad Ambato.	Voz en off: En el centro del Ecuador, mitad del mundo, se encuentra Ambato, capital de la provincia de Tungurahua.
Tomas de la Estación	“FERROCARRILES DEL ECUADOR” es una empresa estatal creada para el turismo local y nacional. Esta es una empresa innovadora con altos estándares de calidad, excelencia, responsabilidad social, favoreciendo el desarrollo profesional de nuestro talento humano y el fortalecimiento de las economías locales en el apartado del turismo.
Tomas de los Servicio	Contamos con una alta variedad de servicios a bordo: Café del Tren, Plaza Artesanal, y Museo del Tren.

Tomas de la Cafetería	En el servicio del Café del Tren podremos encontrar una gran variedad de comida nacional e internacional, preparada con chefs experimentados en el arte culinario.
Tomas de la Plaza Artesanal y sus productos	En su plaza artesanal podemos adquirir y observar el trabajo de nuestros obreros quienes elaboran varios artículos como: bolsos de cuero y lana, zapatos para damas y caballeros y unos variados recuerdos.
Tomas del Museo del Tren	Observaremos en el museo una pequeña parte de su historia que la iniciara el Viejo Luchador, el General Eloy Alfaro.
Tomas del punto de venta y partes de la ruta	El servicio turístico que brinda el tren a turistas nacionales y extranjeros, quienes tienen la oportunidad de disfrutar de los hermosos paisajes de nuestro Ecuador son las rutas ferroviarias que ofrecemos en la empresa, como es la ruta tren del hielo que está a disposición los días Viernes, Sábado, Domingo y feriados de 8:00 a 16:45 un tour por los hermosos rincones de la Prov. de Tungurahua: Ambato-Mocha- Urbina – Cevallos –Ambato.
Tomas de la ciudad	La fascinante travesía se inicia en la ciudad de Ambato a tempranas horas de la mañana.
Tomas del auto ferro	A la salida de la estación podemos apreciar diferentes partes de la ciudad.
Tomas de los pueblos y de la naturaleza	Mientras vamos dejando Ambato, el ambiente del campo, sus sembríos, bosques y praderas nos permiten contemplar las maravillas de la naturaleza y los pequeños pueblos que

	observamos en el recorrido en auto ferro.
Tomas de la Estación de Mocha	Una pequeña parada en Mocha para deleitarnos de un sabroso desayuno que nos ofrece la estación.
Tomas de la flora y la fauna llegando a Urbina.	Continuando con nuestro viaje para la llegada a Urbina, miramos como cambia nuestra flora y fauna al del páramo Andino.
Tomas de la estación de Urbina y sus servicios	A nuestra llegada a Urbina disfrutamos de las comodidades de la estación del tren, y disfrutamos de varios servicios que nos ofrecen sus habitantes.
Tomas de la cafetería del tren y de las personas	Una de esta es la cafetería del tren en donde conocemos el trabajo que realiza el último hielero del Chimborazo Baltazar Ushca y degustamos de un pequeño refrigerio.
Tomas de las artesanías.	Admirando la artesanía que nos ofrece la tienda del tren y su plaza artesanal.
Tomas del museo y de las actividades.	Una pequeña mirada a su museo y complementada con las diferentes actividades que se pueden realizar.
Tomas de la salida del auto ferro de Urbina	Salimos de la estación de Urbina, y vamos despidiéndonos de su paisaje.
Toma de la llegada a Cevallos y sus habitantes	Llegamos a la estación de Cevallos, lugar Donde su gente nos recibe con una gran sonrisa y cordial amabilidad.
Toma del guía y la explicación.	Nuestro guía nos da una explicación de la historia del Cantón Cevallos.
Tomas de la empresa y del city tour.	Aprovechamos conocer más de éste rincón tungurahuese con un city tour por la ciudad, conociendo diferentes micro empresa del cantón como la

	<p>confección de calzado donde nos explica paso a paso como se realiza el proceso de la fabricación de los zapatos, otras empresas de productos artesanales como son la mermelada y los caramelos también son parte de la economía de éste sector.</p>
<p>Toma de la empresa y las mímicas que realizan.</p>	<p>Terminando nuestro recorrido, en una divertida empresa de artesanos plásticos donde nos cuentan historias y mímicas de nuestros ante pasados.</p>
<p>Tomas del regreso a Ambato, del volcán y la llegada del auto ferro a la estación.</p>	<p>Luego de disfrutar un hermoso paseo en tren por Cevallos y Urbina emprendemos el regreso a la ciudad de Ambato disfrutando del paisaje y la grandiosidad del volcán Tungurahua, en una travesía que nos muestra toda la belleza natural que nos brinda nuestro maravillosa Ecuador en su tour. "TREN DEL HIELO 2"</p>

Agencia:	Universidad Indoamérica	Escritor:	William Ortiz
Cliente:	Ferrocarriles del Ecuador	Productor:	William Ortiz
Proyecto:		Director:	William Ortiz
Título:	Rutas y servicios Tren Ecuador.	Art Director:	William Ortiz
Tema:	Promoción Turística.	Calidad:	Full HD
Ruta:	Tren de la Quinoa	Contactar:	Miñarica 2
Duración:	4 min	Borrador:	Numero 3

Video	Audio
Tomas de la estación de Riobamba.	Voz en off: A 45min de la ciudad de Ambato encontramos a la provincia del Chimborazo, a la ciudad de Riobamba.
Tomas de los adentros de la estación.	Esta ciudad, que guarda gran parte de su historia y costumbres alrededor del tren, es el punto de partida de una experiencia que nos lleva a recorrer la historia y la geografía de Los Andes ecuatorianos.
Tomas de sus servicios.	En su estación podemos hallar un sinnúmero de servicios como es su Plaza artesanal, Café del tren y su Museo del tren.
Tomas detalladas de los productos y de la plaza artesanal.	Su plaza artesanal cuenta con una variedad de artesanía Ecuatorial como: sombreros de maquinistas, camisetas, llaveros, adornos, reloj hechos en tela y una numerosa artesanía.
Tomas del museo.	En el museo del tren se encontrará con varios objetos, acompañado de varias historias de su construcción.

Tomas del punto de venta y partes de la ruta	Nuestro servicio más importante para el deleite de las personas que nos visitan, es la ruta de la Quinoa que está a disponibilidad los días martes a sábado, de 6:30 a 10:40 un tour por los cantones de Riobamba – Alausí.
Toma del tren.	El recorrido inicia en la mañana desde la estación de Riobamba, un tren único y exclusivo.
Tomas de la ciudad y de la salida de la estación.	Nos despedimos desde la estación y observamos como el tren se aleja de la ciudad.
Tomas de los vagones del tren	A bordo un excelente servicio de guianza en inglés y español. Percibimos lo lujoso que es el maravilloso tren, tomando una pequeña caminata por dentro de los vagones.
Tomas de la cafetería	El tren nos ofrece una excelente atención de cafetería para el turista.
Toma del paisaje y del volcán Chimborazo.	A lo largo del recorrido se aprecia la increíble gama de colores del páramo andino: verde, rosados, púrpuras, amarillos, mezclan y combinan los ordenados cultivos, ofreciendo un cuadro de una belleza incomparable al paso del tren como lo es el grandioso volcán “CHIMBORAZO” el más alto del país.
Toma de la estación y de la iglesia.	En nuestra primera parada llegamos a la estación de Colta en donde nos detenemos unos cuantos minutos para conocer la iglesia de la Balbanera, primera iglesia del Ecuador.
Toma de la salida de la estación y del Chimborazo.	Nos despedimos de la estación de Colta y del volcán Chimborazo para seguir con nuestro destino.

<p>Toma de la laguna de Colta y paisaje, toma detallada del tamal y de las personas como comen</p>	<p>Continuando con los bellos paisajes que nos ofrece nuestro recorrido en tren, es hora de un pequeño refrigerio que nos brinda nuestra tripulación del tren.</p>
<p>Tomas de los campos de quinua.</p>	<p>Nuestra llegada a Guamote podemos admirar los diversos campos de quinua que se encuentra en todo su territorio.</p>
<p>Toma de la explicación del guía y de los objetos del museo.</p>	<p>Una parada en el centro interpretativo de Guamote en la que nos cuenta los beneficios, el proceso de cultivo, una romántica historia y los diferentes productos que se elaboran con este fabuloso grano la QUINUA.</p>
<p>Tomas de la cafetería y de los productos.</p>	<p>En nuestro café del tren de la estación Guamote podemos encontrar y adquirir diversos alimentos y productos elaborados con quinua.</p>
<p>Toma de la salida del tren de la estación, tomas del cambio del paisaje.</p>	<p>Despidiéndonos de los habitantes de la estación nos dirigimos a nuestra parada final, a la llegada a Alausí e iniciar el paso a la costa ecuatoriana. Desde este punto notamos la conexión con la Nariz del Diablo.</p>
<p>Toma de la llegada de la estación, del paso del puente, el tren llegando a la estación cerrando con la tomas de un vaso en el tren de la frase all you need ecuador.</p>	<p>A nuestra llegada a la estación de Alausi contemplamos el paisaje de su hermosa ciudad desde el tren, así culmina una travesía, fabulosa llena de historia andina y belleza natural. Todo lo que necesitas es Ecuador. “TREN DE LA QUINUA”</p>

Agencia:	Universidad Indoamerica	Escritor:	William Ortiz
Cliente:	Ferrocarriles del Ecuador	Productor:	William Ortiz
Proyecto:		Director:	William Ortiz
Título:	Rutas y servicios Tren Ecuador.	Art Director:	William Ortiz
Tema:	Promoción Turística.	Calidad:	Full HD
Ruta:	Nariz del Diablo.	Contactar:	Miñarica 2
Duración:	3 min	Borrador:	Numero 3

Video	Audio
Tomas de la estación.	La estación del tren más visitada a nivel mundial, es la estación de Alausí una ciudad encontrada al occidente de la Cordillera de los Andes.
Toma de los servicios.	Esta estación cuenta con una amplia plaza artesanal, un café del tren al aire libre, y un pequeño museo.
Toma de los objetos de la plaza y de las personas.	En su plaza artesanal podemos encontrar una gran variedad de artesanías Ecuatorianas como son: llaveros, recuerdos, adornos, fotos y bolso de lana y muchas cosas más.
Toma de la cafetería y de los turistas tomando café.	El café del tren brinda un gran servicio de cafés y deliciosa comida que se puede disfrutar al aire libre.
Toma general del museo.	Su museo cuenta con una pequeña historia y objetos del tren.
Tomas rápidas de la ruta.	La mayor atracción por la que es visitada por un sin número de turistas nacionales y extranjeros, es la ruta de la Nariz del Diablo que está a disposición los días Martes, Miércoles, Jueves,

	Viernes, Sábado, y Domingo de 8:00 a 10:30 y de 11:00 a 1:30 un tour por la majestuosa obra de ingeniería Alausí-Sibambe – Alausí.
Toma de los pasajeros subiendo y de los vagones.	Nos embarcamos en una aventura invaluable hacia el centro sur del territorio nacional, nos acercamos a la hora de partir y emprendemos la salida de la estación en locomotora.
Toma del guía y del paisaje.	La guianza a bordo se une al espectáculo que ofrecen montañas y acantilados que caracterizan a esta ruta.
Tomas del tren de las montañas, ríos, etc.	Esta maravillosa ingeniería es un sig sag clavado por la montaña que permite al tren avanzar y retroceder para alcanzar la altura necesaria.
Toma de la llegada al mirador, de las personas alrededor, y de la montaña nariz del diablo.	Nuestra llegada a Sibambe y una parada al mirador para apreciar la majestuosidad de la naturaleza “LA MONTAÑA NARIZ DEL DIABLO”.
Toma de las personas bajando del tren.	Continuando con nuestro recorrido los habitantes de la estación de Sibambe nos dan la bienvenida.
Toma de la cafetería, las personas, los platos y el personal.	Una estación en donde encontramos varias actividades, una de ellas es el café del tren en donde podemos degustar de la maravillosa gastronomía ecuatoriana.
Toma del mirador, de las personas, de la niña chupando un helado.	En el recorrido por la estación admiramos el maravilloso paisaje de la estación y sus alrededores, desde su mirador, acompañados de un delicioso helado.
Tomas del museo y del guía explicando.	Su centro de Interpretación nos cuenta un poco de la historia de esta maravillosa obra de ingeniería.

Toma de los danzantes y del tren alejándose de la estación.	Finalizando con una danza, y el folclor de nuestros pueblos levantados en la mitad de las montañas, así nos despiden los habitantes de la estación con una sonrisa en sus rostros.
Tomas del paisaje de retorno y de la llegada del tren a la estación.	Después de recorrer Sibambe emprendemos el regreso son 12km hacia Aluasí, esta es una travesía que nos muestra lo lejos que llega la belleza de nuestro país, ruta “NARIZ DEL DIABLO” el tren patrimonial más bello del mundo.

Agencia:	Universidad Indoamérica.	Escritor:	William Ortiz
Cliente:	Ferrocarriles del Ecuador	Productor:	William Ortiz
Proyecto:		Director:	William Ortiz
Título:	Rutas y servicios Tren Ecuador.	Art Director:	William Ortiz
Tema:	Promoción Turística.	Calidad:	Full HD
Ruta:	Intro Tren	Contactar:	Miñarica 2
Duración:	2 min	Borrador:	Número 2

Video	Audio
Tomas de los diferentes trenes del Ecuador.	El trayecto que recorre el tren por diversas partes del país permite al turista nacional y extranjero conocer el Ecuador más profundo, su pasado, su presente y su futuro
Fotos del presidente y del tren de esa época.	Al finales del siglo diecinueve y comienzos del veinte, un presidente visionara llamado Eloy Alfaro , se propuso construir un ferrocarril que uniría la costa con la sierra, utilizado no

	solo para el traslado de personas sino también de productos que permitían agilizar el comercio entre los pueblos .
Fotos de la estación y del tren.	En 1906 llega el tren a la ciudad de Ambato, un tren majestuoso que llegaba a su estación, el cual se ubica en donde es hoy el parque 12.
Fotos de la decadencia de las líneas férreas.	Lastimosa mente el ferrocarril llega a su decadencia en 1975 por su competencia con el transporte de carretera y falta de interés de los gobiernos.
Fotos de la llegada de las locomotoras.	En 1992 un intento por recuperar el Ferrocarril en el gobierno de Rodrigo Borja se compraron locomotoras diésel-eléctricas, sin lograr su cometido.
Fotos de los tramos abandonados	Para 1993 varias de sus tramos se llegan a perder por el abandono de las vías y los desastres naturales.
Foto de las renovaciones de las líneas férreas.	1 de abril de 2008, el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) declara como Patrimonio Cultural del Estado a la Red Ferroviaria del Ecuador. En este año inicia el proceso de rehabilitación del Ferrocarril Ecuatoriano como un proyecto emblemático del gobierno del Eco. Rafael Correa Delgado.
Tomas de las rutas modernizadas.	Es así como el ferrocarril toma nueva mente vida, dando alegría a los pueblos olvidados y empezando el turismo de sus maravillosas rutas por toda su línea férrea del país.

Fuente: Base del Cine -01 Producción.

Elaborado por: William Ortiz.

4.8 ICONOGRAFÍA.

Tabla #27 Iconografía.




 Una iconografía en rojo que muestra a un indígena ecuatoriano. El personaje está representado con un sombrero de ala ancha, un poncho con un patrón geométrico y una falda. La figura es estilizada y plana, típica del arte andino.	<p>La iconografía utilizada se ha creado a partir de simplificación por planos de un indígena, ya que es un componente gráfico icónico muy referente de los Andes Ecuatorianos igual que su vestimenta como elemento secundario. Su creación es netamente de Empresa Pública Tren Ecuador, tomado como referente para la realización de la producción Audiovisual.</p>
 Una iconografía en rojo que muestra una flor de quinua. La flor tiene varias espigas con granos y se eleva desde una base que representa una montaña o cerro. El diseño es simple y plano.	<p>La iconografía manejada se creó a partir de simplificación por puntos, planos y líneas de una flor de quinua y los andes, ya que es un componente gráfico, representativo de los campos de cultivo de quinua que se puede apreciar en la ruta del tren. Su elaboración fue realizada desde cero, ya que es una nueva ruta de FEEP y no contiene imagen corporativa.</p>
 Una iconografía en rojo que muestra una línea férrea que atraviesa una montaña. El tren está representado como una serie de rectángulos blancos con detalles rojos. La montaña tiene un perfil que se asemeja a la nariz de un diablo, con una cresta puntiaguda.	<p>La iconografía se creó a partir de simplificación por, planos y líneas de la ruta que recorre el tren por la montaña, ya que es un componente gráfico, representativo de la construcción de la línea férrea por la montaña llamada nariz del diablo .Su diseño es netamente de Empresa Publica Tren Ecuador, tomado como referente para la realización de la producción Audiovisual.</p>

Grafico IV.50: Iconografía.

Elaborado por: William Ortiz.

4.9 REALIZACIÓN DE LA INTRODUCCIÓN.

Ilustrado pre – composición.



La pre composición fue realizado en ilustrador tomando en cuenta el formato de video 1920 x 1080, utilizado en la filmacion de sus rutas. Sus colores, y figuras son tomadas de la misma linea grafia de la empresa, adaptado para la realizacion de la introduccion. Se utilizo una tipografia alterna del imagotipo, como lo es un serif, “museo 700” debido a la tipografía que maneja la empresa, es ideal para lograr una fácil lectura por parte del usuario.

After Effects.

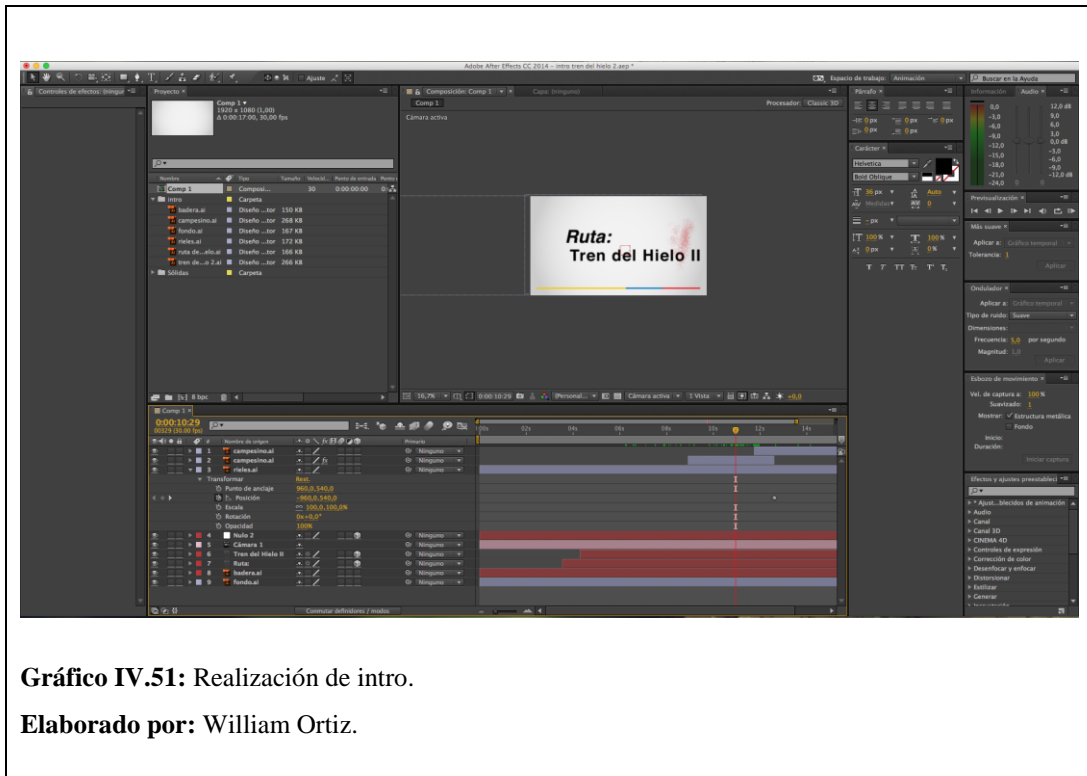


Gráfico IV.51: Realización de intro.

Elaborado por: William Ortiz.

La realización final de la introducción se realizó en After Effects grabado en ilustración por partes e importado a After. Su figura con los colores amarillo, azul y rojo, fue una transformación animada en escala de 0 a 100. La tipografía “RUTA” es una animación de manejo de cámara zoon in y zoon out. La palabras de cada ruta como tren del hielo II son animadas por carácter entrando una por una. En la iconografía se utilizó el efecto Ball Action en la que se manejó su posición, tamaño, dirección y rotación y por último la apreciación de la figura de las rieles del tren se animó con la posición de izquierda a derecha.

4.10 EDICIÓN DE AUDIO.

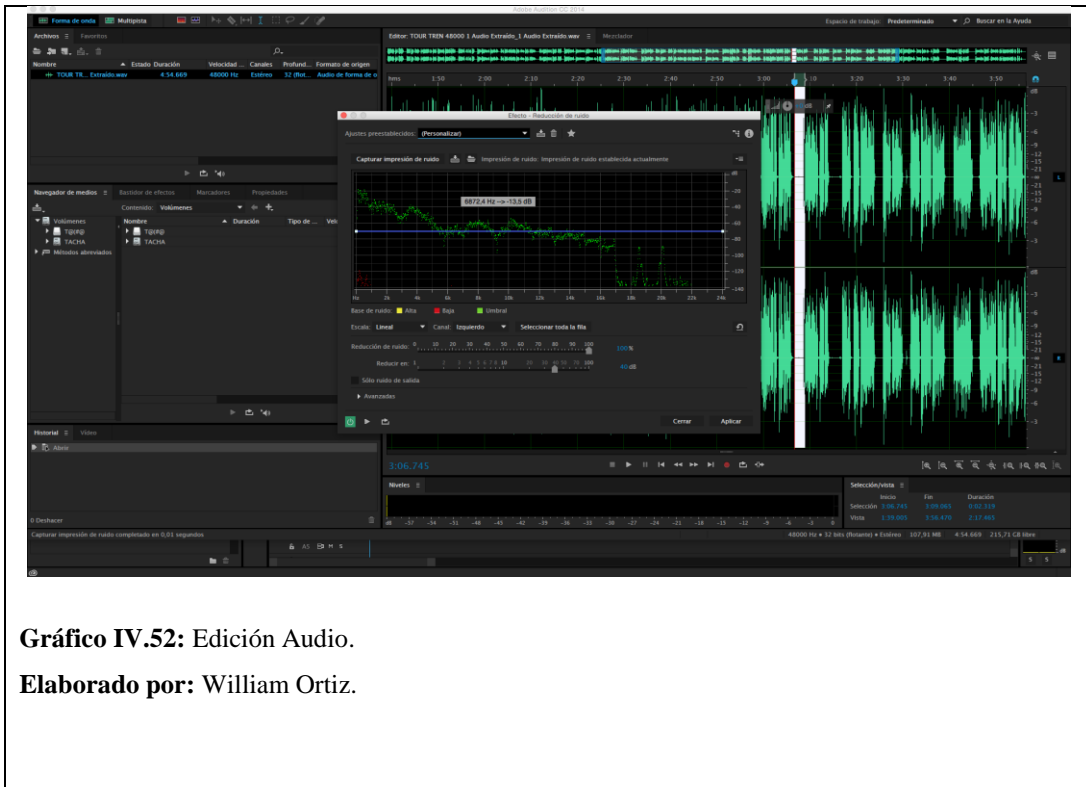


Gráfico IV.52: Edición Audio.

Elaborado por: William Ortiz.

Para la grabación de audio se realizó previamente el guion, se contrató una persona para la locución de la voz en off, la grabación se desarrolló en cuarto prueba de sonido. Finalizando con la edición como: cortes, efecto de reducción de ruido, control de volumen y randerizacion del audio.

4.11 EDICIÓN DE VIDEO (TREN DEL HIELO II).

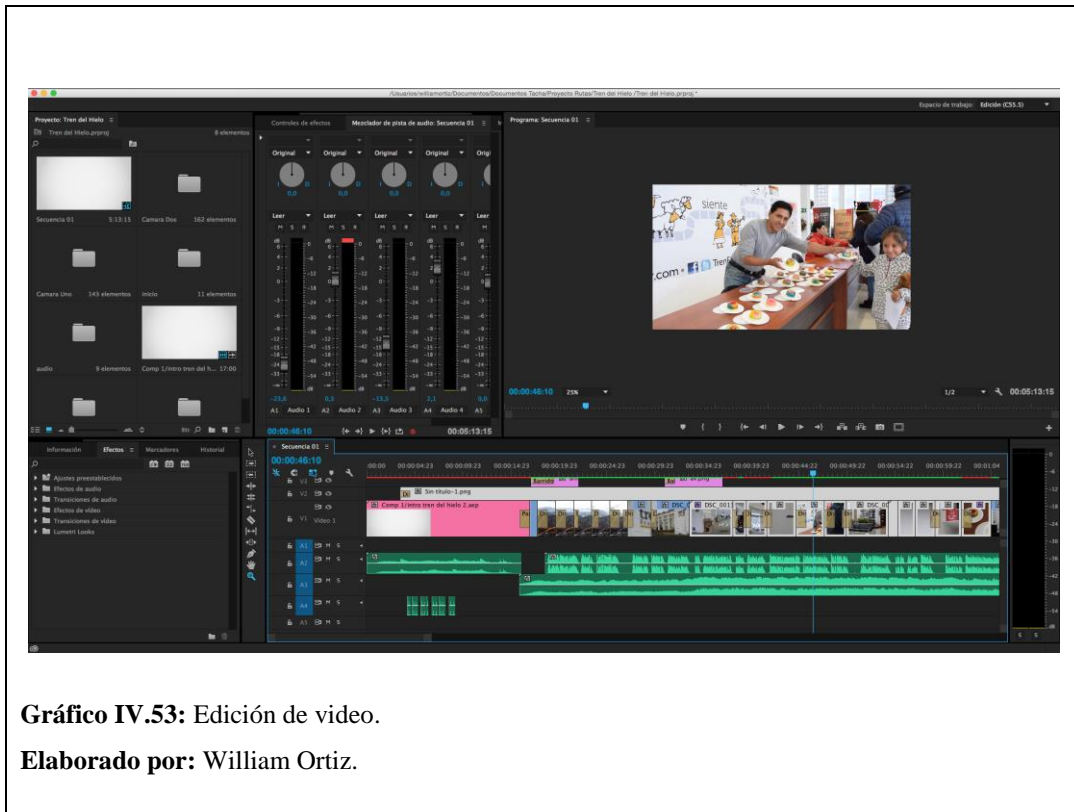


Gráfico IV.53: Edición de video.

Elaborado por: William Ortiz.

Para edición de la producción se recopiló toda la información, se creó diferentes carpetas de videos, audios, scroll e introducción enlazada con After para proceder a la edición en forma ordenada. Cada fotograma se fue añadiendo a la par con el audio en off y la musicalización hasta el final, haciendo cortes de cada uno. Se procedió a colocar transiciones y efectos en algunos fotogramas, continuando con las colocaciones de los scroll y el imagotipo de la empresa, por último la renderización del video.

4.13 MENÚ CD.



Gráfico IV.63: Menú CD Video.

Elaborado por: William Ortiz.

Para la realización del menú previamente se diseñó una composición en Photoshop utilizando la misma línea grafica de la empresa, y programando cada botón, continuando con la importación a Encore del menú y el video final de las rutas a promocionar. Por último se enlazo cada botón y randerizo el menú en un DVD.

4.14 MEDIDAS.

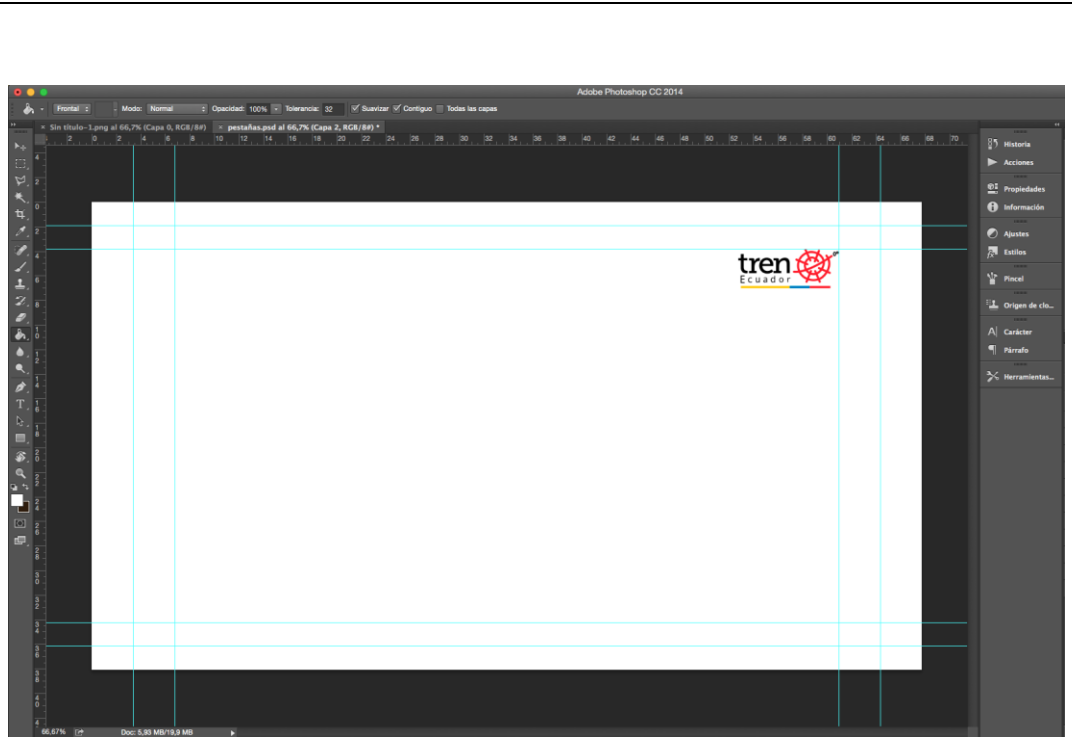


Gráfico IV.66: Medidas Logo.

Elaborado por: William Ortiz.

Imagotipo de la Empresa:

Posición: x=1612,00 px y=153,50 px

Tamaño: ancho 8,2cm y largo 3,2 cm

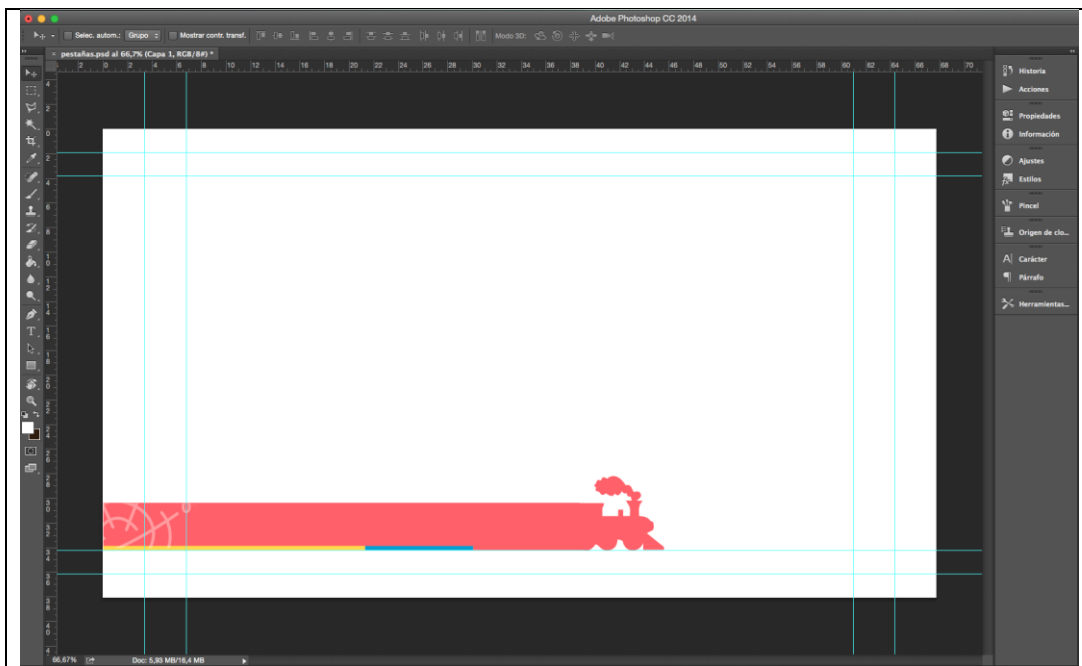


Gráfico IV.67: Medidas Scroll.

Elaborado por: William Ortiz.

Scroll :

Posición: x= 646,00 px y=888,00 px

Tamaño: largo 6,0379 cm y ancho 45,5589 cm

Opacidad: 70%

4.15 TIPOGRAFÍA.

Las tipografías utilizadas en la propuesta son Serif.

Serif.

Entre las fuente utilizada están: Museo 100-900 se utilizó estas tipografías, debido a que es la manejada por la empresa, es ideal para lograr una fácil lectura por parte del usuario ya que se caracteriza por su fuerza y legibilidad.

Museo 100 - 900:

A, B, C, D, E, F, H, I, J, K, L, M, N, O, P, Q, R, S, T, U, V, W, X, Y, Z.

a, b, c, d, e, f, h, i, j, k, l, m, n, o, p, q, r, s, t, u, v, w, x, y, z.

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 0.

4.16. PRESUPUESTO.

Tabla #27 Presupuesto.

		Presupuesto por programa	Anexo 1
Unidad	Cantidad	Costos Directos y Gastos Generales	Precio
3 Días	2	Cámaras Réflex (Nikon D3220 y D3300)	\$ 1800
3 Días	2	Trípode para video o fotografía con estuche.	\$180
3 Días	2	Camógrafos	\$360
2 Días	1	Transporte(Vehículo particular)	\$50
3 Días	2	Alimentación (Desayuno y Almuerzo)	\$39
	1	Guion(1 a 15 min)	\$350
	1	Voz en off	\$90
30 Días	1	Edición	\$220
	3	Intros	\$240
	Composición	Efectos	\$160
	Composición	Musicalización	\$90
	4	Packaging (CD, caja)	\$20

	3	Tríptico	\$9
	1	Roll	\$35
	3	Impresiones y anillado	\$45,50
		Total de los Costos Directos y Gastos Generales	\$3688,5

Fuente: Base del Cine -01 Producción.

Elaborado por: William Ortiz.

4.17 CONCLUSIONES.

Después de realizar la producción Audiovisual de un video informativo podemos concluir que la ciudadanía de Ambato este consiente de la problemática con respecto al desconocimiento sobre el mismo.

El empleo de una propuesta de comunicación a través de la producción de un video informativo da un mayor interés y por ende un incremento de afluencia de turistas hacia la empresa, que llega de mejor manera cumpliendo con el objetivo de promocionar a la empresa “Tren Ecuador”, como un referente turístico de la ciudad.

Por medio de esta publicidad Audiovisual se capta de mejor manera el mensaje de promoción sobre sus servicios y rutas ferroviarias otorgando la información oportuna al turista y a quienes lo requieran.

4.18 RECOMENDACIONES.

Sería recomendable que el presente video informativo sea difundido en instituciones educativas de la ciudad para que así, se dé a conocer acerca de los servicios y rutas ferroviarias que maneja la empresa y lograr a la empresa a tener mayor afluencia de turistas.

4.19 GLOSARIO.

HARDWARE: Conjunto de elementos físicos o materiales que constituyen una computadora o un sistema informático.

SAN SERIF: Tipografía con sin adornos.

SOFTWARE: Conjuntos de programas y rutinas que permiten a la computadora realizar determinadas tareas.

TIC: Tecnología de la Información y la Comunicación.

TIPOGRAFÍA: Es el oficio que trata el tema de las letras, números y símbolos de un texto impreso.

AVI: Contenedor de audio y video.

PEA: Población Económicamente Activa.

MPEG: Movi Picture Experts Group (Grupo de Expertos de Imágenes en Movimiento)

WAV: Formato de onda de audio de forma (Waveform Audio Format)

AUDIOVISUALES: Es el concepto que une lo auditivo y lo visual (imagen y sonido).

INTRO: Sección con la que comienza una pieza musical a modo de introducción, bien sea instrumental o cantada.

OMT: Organización del Turismo Mundial.

CST: Turismo sostenible.

FEEP: Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública.

ESCALETA: Una estructuración de la totalidad de una historia, pero sin los diálogos y con un contenido resumido, con el fin de dar una idea de lo que será cada escena.

4.20 BIBLIOGRAFÍA .

S.A. (2012). *Análisis Sectorial de Turismo*. PRO ECUADOR Instituto de Promoción de e Inversiones, inteligencia Comercial e Inversión .

S.A. (2014). *Rendición De Cuentas 2014*. Rendición de Cuentas, Ferrocarriles Del Ecuador Empresa Pública.

Lewis, Roland. (1994). *Curso rápido de vídeo*. Ediciones AKAL.

Martínez , J., & Fernández , F. (1999). *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Paidós.

Baiz Frank. (1998). *Nuevos instrumentos para la escritura del guión*. Fundación Cinemateca Nacional.

Quesada Castro, R. (2007). *Elementos de Turismo*. Costa Rica: en los Talleres Gráficos de la Editoria EUNED.

Mantecón, A. (2008). *La Experiencia del Turismo*. Barcelona: Book Print Digital S.A.

Cabarcos, N. (2006). *Promoción y Vneta De Servicios y Turísticos*. España: Ideaspropias Editoria S.L.

Castañeda, R., & Ortiz, N. (2001). *Diseño de Señalética Turística para la provincia de Tungurahua*. Ambato, Tungurahua, Ecuador.

Blanco, A. R. (2008). *Música 4º ESO*. Editex.

Zunzarren, H., & Gorospe, B. (2013). *Guía del Social Media Marketing*:. ESIC.

Fernández, E. (1994). *La Producción de Reportajes y Documentales en Televisión*.

Herreros, M. C. (2010). *Desarrollos del periodismo en Internet*. Comunicación Social.

Worthington, C. (2009). *Bases del Cine*. Barcelona, España: Parramon Ediciones, S.A.

- Konigsberg, I. (2004). *Diccionario técnico Akal de cine*. Ediciones AKAL.
- Medellín V., F. E. (2005). *Como Hacer Television, Cine Y Video*. Paulinas.
- Zetti, H. (2000). *Manual de Produccion de Televsion*. International Thomson Editores, S.A.
- Vera, C., & Badariotti, S. (2002). *Cómo hacer cine:*. Editorial Fundamentos.
- Bruce, B. (2008). *Narrativa Visual*. Ediciones Omega, S.a.
- Fernández, F., & García, C. (2010). *Producción cinematográfica: Del proyecto al producto*. Ediciones Díaz de Santos.
- Cousins, M. (2012). *Historia del Cine*. (Blume, Ed.) Barcelona, España.
- W.White, A. (2002). *Los Elementos de Diseño Gráfico*. Allworth Press, EEUU.
- Gonzales, J. F. (2004). *Aprende a Ver Cine*. Madrid, España: Ediciones Rialp,S.A, Alcala.
- Adelman, K. (2005). *Cómo se hace un cortometraje*. Ediciones Robinbook.
- Instituto Nacional De Estadísticas y Censos. (2010). *Censo de Poblacion* . Ecuador.

4.20 ANEXOS N1.

Encuesta a la Población Económicamente Activa.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE SISTEMAS

ESCUELA DE DISEÑO DIGITAL Y MULTIMEDIA

Modelo de Encuesta.

Objetivo.

Instrucciones: Determinar el grado de conocimiento sobre la empresa pública Tren Ecuador en la ciudad de Ambato así como el grado de material informativo Audiovisual.

Cuestionario.

1.) Acerca de la empresa “Tren Ecuador” en la ciudad de Ambato ¿podría decir usted que su conocimiento es?

Alto ()

Medio ()

Bajo ()

No conoce ()

2.) ¿Acerca de los servicios que proporciona empresa “Tren Ecuador” en la ciudad de Ambato cuál de estos usted conoce?

Café del Tren ()

Ruta del Tren ()

Plaza Artesanal del Tren ()

Museo del Tren ()

Tienda del Tren ()

Refugio del Tren ()

Ninguno ()

3.) ¿De las rutas turísticas que ofrece la empresa “Tren Ecuador” en la zona 3 (Cotopaxi, Tungurahua, Pastaza y Chimborazo) de cual tiene conocimiento?

Ambato – Urbina – Cevallos – Ambato ()

Riobamba – Urbina – Riobamba ()

Riobamba – Colta – Riobamba ()

Alausí – Sibambe – Alausí - (Nariz del diablo) ()

Ninguna ()

4.) ¿Ha viajado usted en alguna ruta que ofrece la empresa “Tren Ecuador” en la ciudad de Ambato?

Si ()

No ()

5.) ¿De los siguientes canales de comunicación señale mediante el cual ha recibido información de la empresa pública “Tren Ecuador”?

Radio y Tv ()

Prensa ()

Internet ()

Redes sociales ()

Boca a boca ()

Publicidad impresa ()

Ninguno ()

6.) ¿Te gustaría recibir información acerca de la empresa pública “Tren Ecuador” para poder utilizar el servicio que ofrece?

Si ()

No ()

7.) ¿Por cuáles de los siguientes medios le gustaría recibir información acerca de los servicios que ofrece la empresa pública “Tren Ecuador”?

TV ()

Radio ()

Prensa ()

Internet ()

Redes sociales ()

Boca a boca ()

Publicidad impresa ()

Otros.....
.....
.....

8.) ¿De qué manera le gustaría tener mayor conocimiento de las rutas que ofrece la empresa “Tren Ecuador”?

TV ()

Radio ()

Prensa ()

Internet ()

Redes sociales ()

Boca a boca ()

Publicidad impresa ()

Otros.....
.....
.....

9.) ¿Que medio Audio visual considera usted que sería el mejor para promocionar las rutas del tren que ofrece la empresa pública “Tren Ecuador” en la ciudad de Ambato?

Cortometrajes ()

Documentales ()

Video clips ()

Videos corporativos ()

Video informativos ()

Reportaje ()

10.) ¿Ha observado Ud. algún video, cortometraje, documental, etc. acerca de las rutas que ofrece la empresa “Tren Ecuador”?

Si ()

No ()

ANEXO N2.

Entrevistas.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE SISTEMAS

ESCUELA DE DISEÑO DIGITAL Y MULTIMEDIA

Modelo de Entrevista.

Agencias de Viaje: Metropolitan Touring.

Ejecutiva de ventas: Fernanda Burbano.

1. ¿Qué tipo de rutas del Tren se maneja en la agencia de viajes?

Aquí en la agencia de viajes se maneja: la ruta de la Nariz del Diablo, la ruta de Ambato - Urbina y la del Boliche, en este momento la del boliche esta cancelada debido al problema que tenemos con el volcán Cotopaxi.

2. ¿Según los datos de la agencia quienes serían los mayores consumidores de los servicios por dichos paquetes?

Las familias y las personas de la tercera edad.

3. ¿Qué tipo de publicidad maneja la agencia para ofrecer los paquetes de las rutas del Tren?

Volantes, Redes sociales y e mail masivos.

4. ¿La agencia de viajes se encuentra manejando publicidad en base a algún criterio de segmentación de públicos?

No en es en general.

5. ¿La agencia tiene algún convenio o contacto con la empresa pública “Tren Ecuador” y otras instituciones, gremios, asociaciones, etc. del sector turístico, productivo u otros en la provincia?

Con la empresa Ferrocarriles del Ecuador tenemos nuestro ejecutivo de ventas por lo cual podemos hacer las reservas de los espacios del tren.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE SISTEMAS

ESCUELA DE DISEÑO DIGITAL Y MULTIMEDIA

Modelo de Entrevista.

Agencias de Viaje: Premium Travel.

Gerente General: Viviana Ortiz.

1. ¿Qué tipo de rutas del Tren se maneja en la agencia de viajes?

El tipo de ruta que nosotros manejamos son: la ruta de la Nariz del Diablo, Ambato – Urbina, Riobamba – Urbina y la ruta de Machachi – Boliche.

2. ¿Según los datos de la agencia quienes serían los mayores consumidores de los servicios por dichos paquetes?

Bueno los mayores consumidores de estas rutas, en lo que es la Nariz del Diablo tiene una mayor afluencia las personas de la tercera edad ya que es una ruta que tiene historia y es por eso que ha sido conocida a nivel mundial.

3. ¿Qué tipo de publicidad maneja la agencia para ofrecer los paquetes de las rutas del Tren?

La publicidad que ofrecemos son los flyers, información en facebook, twitter, instagram e e-mails masivos.

4. ¿La agencia de viajes se encuentra manejando publicidad en base a algún criterio de segmentación de públicos?

No es a nivel global.

5. ¿La agencia tiene algún convenio o contacto con la empresa pública “Tren Ecuador” y otras instituciones, gremios, asociaciones, etc. del sector turístico, productivo u otros en la provincia?

Yo creo que ninguna agencia de viajes tiene convenio con la empresa Ferrocarriles del Ecuador, ya q es una empresa pública en la cual no hace convenio con ninguna agencia nosotros tenemos lo que es un counter o un ejecutivo de ventas que nos da la información de las reservas de los espacios del tren.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE SISTEMAS
ESCUELA DE DISEÑO DIGITAL Y MULTIMEDIA

Modelo de Entrevista.

Agencias de Viaje: Darvitur

Puesto Turismo Receptivo: Eliza Mason

1. ¿Qué tipo de rutas del Tren se maneja en la agencia de viajes?

Manejamos dos principalmente la ruta de la Nariz del Diablo y la ruta del Hielo que sale de la ciudad de Ambato.

2. ¿Según los datos de la agencia quienes serían los mayores consumidores de los servicios por dichos paquetes?

Por lo general Ecuatorianos migrantes que regresan a su país y viajan con sus familias y personas de la tercera edad.

3. ¿Qué tipo de publicidad maneja la agencia para ofrecer los paquetes de las rutas del Tren?

Bueno usamos nuestras redes sociales página web y publicidad del local.

4. ¿La agencia de viajes se encuentra manejando publicidad en base a algún criterio de segmentación de públicos?

Si sobre todo en las redes sociales se segmenta a una variedad de público para promocionar.

5. ¿La agencia tiene algún convenio o contacto con la empresa pública “Tren Ecuador” y otras instituciones, gremios, asociaciones, etc. del sector turístico, productivo u otros en la provincia?

Si tenemos un convenio con la empresa pública “Tren Ecuador”.

ANEXO N3.

Permisos.



Oficio Nro. FEEP-GG-2016-0141-O
Quito, D.M., 29 de febrero de 2016

Asunto: Solicitud de Permisos para filmación de proyecto de grado " Comunicación Audiovisual".

Señor
Kevin William Ortiz Chimborazo
En su Despacho

De mi consideración:

En respuesta a su Oficio S/N, donde solicita autorización para la filmación de las instalaciones y recorrido de las rutas Tren del Hielo II, Tren Nariz del Diablo y Tren de la Quinoa , con el objeto de recopilar información para su proyecto de grado, donde incluirá actividades como filmación, fotografía y entrevistas de los servicios que presta la institución en las estaciones de las provincias de Tungurahua y Chimborazo. Dentro de esta petición solicita también se exonere de los costos por concepto de los boletos de las rutas Tren del Hielo II (Ambato - Mocha - Urbina - Cevallos - Ambato) y Nariz del Diablo (Alausí - Sibambe - Alausí) Tren de la Quinoa (Riobamba - Alausí) para recopilación de material audiovisual necesario para su tesis.

Dentro del petitorio se incluyen las siguientes solicitudes adicionales:

- 1.- Acceso a los servicios (taller, locomotora, vagones, etc.) para recopilación de material audiovisual de los procesos.
- 2.- Permiso para el manejo de la imagen corporativa de la empresa en la producción audiovisual.
- 3.- Autorización para la difusión del producto final en la Universidad Tecnológica Indoamérica. Facultad de Sistemas y Escuela de Diseño Digital y Multimedia.

En base a los antecedentes mencionados, Ferrocarriles del Ecuador tiene a bien aceptar el requerimiento inicial para la filmación y Fotografía de las estaciones de la mencionadas y las rutas que se operan desde las mismas. Sin embargo el uso de las estaciones, su filmación y fotografía esta condicionado a las Normas de Seguridad que rigen a Feep, esta autorización se otorga únicamente a las áreas públicas, al interior de los coches turísticos durante los recorridos, mas no a la cabina del conductor de la locomotora, vagones de generadores y talleres.

A cambio FEEP solicita una copia del material en bruto recopilado en formato digital, en alta resolución con un mínimo de 1080p. El Material deberá ser entregado con un máximo de 7 días laborables a partir de la filmación y debe incluir todos los Derechos de Uso Libre para esta empresa.

En caso de aceptar los requerimientos de esta entidad, el solicitante deberá contactarse con Luis Benítez Subgerente de Mercadeo, por correo electrónico a lbenitez@ferrocarrilesdeecuador.gob.ec, con quien coordinará disponibilidad en las rutas solicitadas y la entrega del material digital de las filmaciones y fotografías recopiladas.

De antemano agradecemos su solicitud y deseamos éxitos en su gestión.

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,



María García Pando
GERENTE GENERAL

Estación Eloy Alfaro / Telf: (593) 02 399-2100 / Simchologu y Av. Maldonado
www.trenewcuador.com/ferrocarrilesdeecuador
Quito - Ecuador

* Documento generado por Quipux 1/2

Señores:
DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN
Sección Embarque
Presente:

De mi consideración:

Por medio del presente, por pedido de Luis Benitez, Subgerente de Mercadeo en coordinación con Jadira Salazar Coordinadora de ventas y servicio al cliente se autoriza el embarque del siguiente pasajero, para viaje de reconocimiento en las rutas: Tren del Hielo II el 5 de marzo del 2016, ruta Tren de la Quinua Riobamba-Alausí el 11 de marzo del 2016 y Ruta Nariz del Diablo el 12 de marzo del 2016, asientos 1 autoferro, 2 PAN 291 y 29 coche 1566 respectivamente en cada una de las unidades de acuerdo a la ruta.

Pasajero	Número de cédula
Kevin William Ortiz Chimborazo	1803526183

Atentamente



Ana Cecilia Samaniego Barreno
Administración y Servicio al Cliente

ANEXO N4.

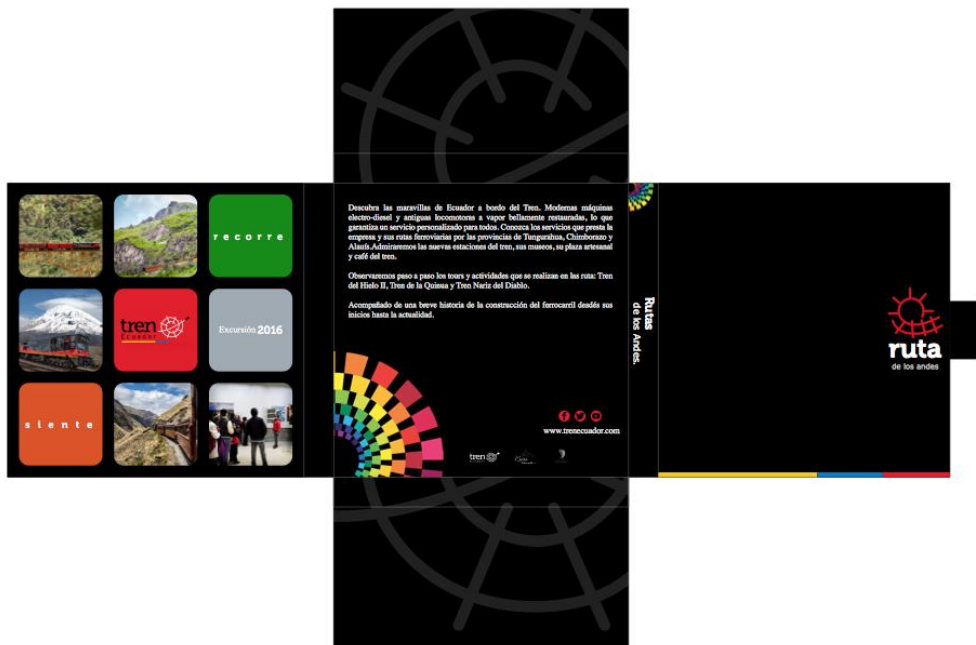
Fotos.





ANEXO N5.

Packaging Cd y Caja.



ANEXO N6.

Tríptico.

Historia del Tren.

Al finales del siglo diecinueve y comienzos del veinte, un presidente visionario llamado Eloy Alfaro, se propuso construir un ferrocarril que uniera la costa con la sierra, utilizado no sólo para el traslado de personas sino también de productos que permitieran agilitar el comercio entre los pueblos.

En 1906 llega el tren a la ciudad de Ambato, lastimosamente el ferrocarril llega a su decadencia en 1972 por su competencia con el transporte de camiones y falta de interés de los gobiernos.

En 1992 un intento por recuperar el ferrocarril en el gobierno de Rodrigo Borge se compararon locomotoras diesel-eléctricas, sin lograr su cometido.

Para 1993 varias de sus tramos se llegan a perder por el abandono de las vías y los desastres naturales.

1 de abril de 2009, el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) declaró como Patrimonio Cultural del Estado a la Red Ferroviaria del Ecuador. En este año inicia el proceso de rehabilitación del Ferrocarril Ecuatoriano como un proyecto emblemático del gobierno del Eco. Rafael Correa Delgado.



tren
Ecuador

www.trencuador.com



ruta
de los andes

Tariffas y Salidas.

Salidas:
Sábado - Domingo - Feriado.

Horario:
08:00 a 10:45 - aproximadamente 30 minutos antes de la hora de salida.

¿Qué Incluye?
Boleto de tren, guianza durante el viaje, picnic en el Café del Tren en Urbina, entradas a atracciones y vistas como detalla el itinerario.

¿Qué No Incluye?
Servicios no detallados en el itinerario.

Combina paisaje, cultura y comoras en un viaje que nos lleva desde el templado valle de Ambato hasta el páramo de Urbina, a más de 4000 metros en las faldas del Chimborazo. Allí nos espera Baltazar Uñica, el último hielero del Chimborazo.

Tren del Hielo II.
Ambato – Mocha – Urbina – Cevallos – Ambato.
Estándar \$16,80



Tariffas y Salidas.

Salidas:
Martes a Sábado.

Horario:
Riobamba - Guamo 08:30 a 17:00.

¿Qué Incluye?
Boleto de tren, guianza durante el viaje, visita al mercado de Guamo (Deyres) o visita al Centro Interpretativo de la Quinua, almuerzo en la Estación de Tren de Cota y visita a la laguna.

¿Qué No Incluye?
Servicios no detallados en el itinerario.

El clima ecuatorial de la sierra, sagrado en la época de los Incas y hoy celebrado como reconocimiento al patrimonio del paisaje dentro en esta ruta. Conocemos en la laguna de Riobamba, la laguna de Cota, el parque indígena de Guamo, donde aún se practica el trenaje. A el reconocimiento creado Centro de Interpretación de la Quinua.

Tren de la Quinua.
Riobamba – Guamo.
Estándar \$35,00.

Tariffas y Salidas.

Salidas:
Martes - Miércoles - Jueves - Viernes - Sábado - Domingo - Feriado.

Horario:
Frecuencia 1 08:00 a 10:30
Frecuencia 2 11:00 a 13:30.

¿Qué Incluye?
Boleto de tren, guianza durante el viaje y visita al Museo Cándor Rufina en Sibambe.

¿Qué No Incluye?
Servicios no detallados en el itinerario.

El chabucal más grande el que se edificó en la época del ferrocarril transandino fue la noche del Diablo, una montaña con paredes casi perpendiculares. Una vía en zig-zag que supera un desnivel de 200 metros en apenas 12 km y que sigue siendo hoy en día una impresionante obra de ingeniería.

Nariz del Diablo.
Alausí – Sibambe – Alausí.
Estándar \$30,00.

ANEXO N7.

Aprobación de la Propuesta.



Oficio Nro. FEEP-GC-2016-0029-O

Quito, D.M., 11 de agosto de 2016

Asunto: Alcance a Oficio FEEP-GC-2016-0141-O

Señor
Kevin William Ortiz Chimborazo
En su Despacho

De mi consideración:

Reciba un cordial saludo de Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública. Por medio de la presente se da alcance al oficio N° FEEP-GG-2016-0114-O con fecha 29 de febrero de 2016, en el cual se le da autorización para realizar tomas de video y fotografías para su proyecto de grado.

Ferrocarriles del Ecuador se encuentra proporcionando un servicio turístico patrimonial a nivel nacional e internacional, en este marco el material que nos entregó mismo que incluye videos editados y tomas sin procesar servirán para promocionar nuestras rutas y serán utilizadas en el material que produzca Ferrocarriles del Ecuador.

Por el interés prestado a nuestros productos en el desarrollo de su proyecto de grado le envío nuestro agradecimiento.

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,

Víctor Hugo Jaramillo Campos
GERENTE DE COMERCIALIZACIÓN

Anexos:
- oficio_feep-gc-2016-0141-o.pdf

dg